REVISTA
COCRED MAIS
EDIÇÃO 48 | OUT/2026
SICOOBCOCRED



A ARTE DE SE REINVENTAR

Com o cooperativismo de crédito como aliado, negócios encontram novas formas de crescer, inovar e seguir em frente movimentando a economia

NADA ÓBVIO

Economia criativa mostra como a originalidade pode abrir portas para novos negócios

FORÇA NO CAMPO

Tecnologia ajuda o agro a lidar com desafios externos e aumentar a produtividade

PÉ NA ESTRADA

Planejamento financeiro transforma desejo de viajar em projeto possível para muitos brasileiros

ABRA SUA CONTA DIGITAL

COCRED

ABRA NOVAS
POSSIBILIDADES
PARA O SEU FUTURO.

+ agilidade
+ benefícios

Disponível em Google Play

Disponível em App Store

cocred.com.br
cocred.oficial

Ouvidoria - 0800 725 0996
Atendimento seg. a sex. - 8h às 20h
www.ouvidoriasicoob.com.br
Deficientes auditivos ou de fala - 0800 940 0458

COCRED
SICOOB COCRED

ideatore

EM MOVIMENTO

Nem sempre as coisas acontecem como foram planejadas. O tempo muda, os caminhos se fecham, os planos precisam ser revistos. E, diante de uma porta que não se abre, há quem espere. Mas há também quem procure outra saída, mude a rota, volte alguns passos ou descubra uma nova maneira de seguir adiante.

Talvez uma das cenas mais conhecidas do clássico Alice no País das Maravilhas seja aquela em que Alice se vê diante de uma porta pequena demais para passar. Para encontrar o caminho, ela recorre a duas ferramentas: uma poção que a faz diminuir e um bolinho que a faz crescer. A situação parece absurda, como tantas outras na história de Lewis Carroll, mas guarda uma ideia bastante real de que quando as circunstâncias mudam, é preciso encontrar novas formas de enfrentá-las.

O brasileiro conhece bem essa lógica. Por aqui, reinventar-se quase nunca é uma escolha abstrata. É uma necessidade que se transforma em movimento. É o empreendedor que começa de porta em porta e, com persistência, constrói uma empresa. É quem deixa para trás uma carreira consolidada para apostar em um novo sonho. É a mulher que abre espaço em um setor onde quase ninguém esperava vê-la e se torna pioneira. É o produtor rural que muda de estratégia, de cultura ou até de estado para continuar produzindo.

São histórias diferentes, mas que carregam em comum a capacidade de não permanecer parado diante de um obstáculo. Porque seguir em frente exige insistência, adaptação, coragem para mudar a estratégia e disposição para enxergar possibilidades onde, a princípio, parecia existir apenas uma porta fechada.

Na 48ª edição da revista COCRED MAIS, é essa capacidade de se reinventar, encontrar caminhos e permanecer em movimento que conduz nossa narrativa. Ao longo das páginas, encontramos pessoas que cresceram, mudaram de direção, recomeçaram e ousaram fazer diferente. Pessoas que entenderam que mudar não significa abandonar seus objetivos, mas encontrar novas maneiras de chegar até eles.

É nesse ponto que a metáfora de Alice encontra o cooperativismo. Assim como a personagem conta com diferentes ferramentas para enfrentar o desafio que tem diante de si, quem faz parte de uma cooperativa encontra apoio personalizado para lidar com diferentes momentos da vida e dos negócios. Há crédito para investir e crescer, orientação para tomar decisões, soluções para reorganizar planos e, sobretudo, uma rede de pessoas dispostas a construir caminhos em conjunto.

Porque não existe uma única medida para seguir adiante. Há momentos em que é preciso crescer, assumir novos desafios e ampliar horizontes. Em outros, é necessário reduzir o ritmo, reorganizar prioridades e ganhar fôlego. O importante é não perder a capacidade de se adaptar e seguir caminhando em direção ao que importa.

Boa leitura!

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

SÃO FRANCISCO GRÁFICA E EDITORA
41.000 exemplares

SICOOB COCRED
www.sicoobcocred.com.br

OUVIDORIA SICOOB COCRED
0800 725 0996

CRÍTICAS, ELOGIOS E SUGESTÕES DE PAUTA
comunicacao@sicoobcocred.com.br

COCRED SICOOBCOCRED

DESTAQUES



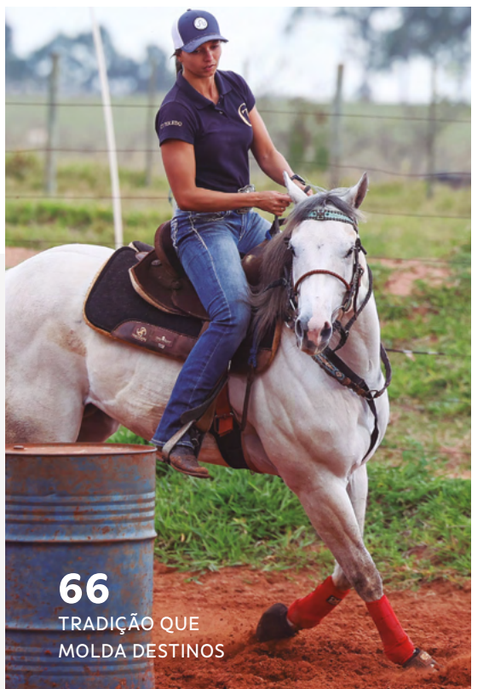
06
CRIATIVIDADE QUE DÁ ASAS



16
COOPERAÇÃO PARA SE REINVENTAR



12
MAIS PREVISIBILIDADE NO AGRO



66
TRADIÇÃO QUE MOLDA DESTINOS



48
MORADA DO SOL



60
NOVA ONDA WELLNESS

Criatividade que **DÁ ASAS**

Da paixão à oportunidade, a economia criativa faz do conhecimento, inovação e originalidade os ingredientes para o sucesso.

Toda ideia precisa de um impulso para sair do lugar. Para alguns empreendedores, esse impulso vem de uma paixão. Para outros, de um talento, de uma habilidade ou da capacidade de enxergar uma oportunidade onde quase ninguém mais vê. Em comum, está a criatividade, uma espécie de asa capaz de transformar imaginação em negócio e fazer novas ideias ganharem voo.

Foi assim com Flademir Cesarin. Antes de pensar em transformar a paixão por aeronaves em profissão, ele era apenas um menino encantado pelo voo. O hobby que começou como brincadeira ganhou conhecimento técnico, experiência e, com o tempo, encontrou espaço no mercado. Hoje, 32 anos depois de entrar no setor, ele administra em São Carlos, no interior de São Paulo, um negócio especializado em aeromodelismo.

Para quem observa de fora, a loja pode parecer apenas um reduto de brinquedos, mas por trás de cada modelo espalhado pelo estabelecimento existe uma combinação de tecnologia, conhecimento e técnica que faz do hobby um mercado especializado e da paixão de Cesarin, um meio de vida.

Flademir Cesarin, cooperado COCRED



"Para mim o aeromodelismo é o meu negócio, a minha brincadeira, é o meu tudo", resume Cesarin. "Primeiro que é uma paixão de infância. Eu comecei como hobby, era minha brincadeira. Com o passar do tempo, abriu uma loja aqui na cidade, que era de um amigo meu e me convidou para trabalhar com ele. Como ele não podia se dedicar 100% ao negócio, fui me aprofundando e tomando a frente. Até que chegou um ponto em que ofereci comprar a loja dele. Já se foram 32 anos nessa trajetória, entre funcionário e proprietário", relembra.

A história do empresário ajuda a traduzir, em escala individual, uma transformação que acontece em diferentes setores da economia quando se une criatividade e conhecimento. É esse encontro que está no centro da chamada economia criativa, um campo em que ideias, cultura, inovação e capital intelectual se tornam matéria-prima.

Na trajetória de Cesarin, a transição da paixão para o negócio exigiu dedicação contínua e um aprendizado autodidata forjado na bancada de oficina. "Teoricamente, para trabalhar com aeromodelismo, você tem que ser um engenheiro aeronáutico, um engenheiro elétrico, um engenheiro mecânico, tem que ser um 'Professor Pardal' que inventa as coisas. Eu não tenho formação superior, fiz o segundo grau completo", aponta.

"Por mais que o pessoal ache que é hobby e que não tem tecnologia, o produto é altamente tecnológico. Um carrinho é a réplica de um carro real. Um avião tem os mesmos comportamentos de um avião real. Deixa de ser brinquedo. É considerado um esporte, com confederação brasileira e ranking de campeonatos", explica.

Os custos e a complexidade do setor revelam o tamanho desse mercado. Conforme detalha o empresário, a porta de entrada com modelos manuais simples de isopor gira em torno de R$ 30 a R$ 50, mas os modelos rádio-controlados começam na faixa de R$ 1.000 e avançam em cifras sem teto, alcançando patamares elevados conforme o refinamento técnico.

O grande diferencial competitivo e criativo de Cesarin repousa no elemento humano e na consultoria técnica que oferece. "O meu vínculo principal com o meu cliente é o meu pós-venda. Eu vendo, monto, ensino o cliente a voar e a usar o equipamento que ele adquiriu. Dou uma assessoria do começo, meio e fim, até que ele usufrua com satisfação."

Essa dedicação personalizada encontrou respaldo no modelo de negócios do cooperativismo de crédito. Cooperado da COCRED desde 2024, Cesarin migrou de bancos convencionais em busca de diálogo transparente e proximidade para acompanhar de perto as necessidades da loja. "Estava insatisfeito com bancos tradicionais, o pacote de serviços deixou de me atender. Fui buscar novos locais. O atendimento na cooperativa é muito bom, a agência é espetacular. O atendimento e o pós-venda atendem muito bem ao que eu preciso."

Cesarin é um exemplo da economia criativa, um setor que, segundo levantamentos do mapeamento da indústria criativa da Firjan e estudos setoriais recentes, já responde por cerca de 3% do Produto Interno Bruto nacional. "A economia criativa pode ser entendida como o conjunto de atividades econômicas que têm como principal insumo a criatividade, o conhecimento, a inovação e o capital intelectual. O objetivo é transformar ideias em produtos, serviços ou experiências capazes de gerar valor econômico, social e cultural", explica a economista Denise Defina.

De acordo com a especialista, a grande virada de chave desse modelo está na quebra de paradigmas convencionais da produção. "Diferentemente dos modelos tradicionais, em que a riqueza depende principalmente de recursos naturais ou de grandes estruturas industriais, na economia criativa o diferencial competitivo está na capacidade de inovar. Um negócio criativo se caracteriza pela originalidade, pela capacidade de agregar valor à experiência do consumidor, pelo uso intensivo de conhecimento e tecnologia, pela flexibilidade para se adaptar às mudanças do mercado e, frequentemente, pela valorização da identidade cultural e da propriedade intelectual."

Janela de oportunidades

Se no aeromodelismo a criatividade transformou o hobby em meio de vida, para a nova geração de empreendedores ela está intrinsecamente ligada ao ecossistema digital. Nele, a internet é o combustível para que a criatividade aflore e dê novos contornos aos empreendimentos.


Divulgação

Denise Defina, economista

"Acredito que o ambiente digital representa uma das maiores vitrines da economia criativa contemporânea", pontua a economista Denise Defina. "A internet ajudou a reduzir as barreiras de entrada para pequenos empreendedores, permitindo que produtores, artistas, designers, artesãos e prestadores de serviços alcançassem consumidores em escala nacional e internacional. As redes sociais possibilitam divulgar marcas, construir comunidades, fortalecer relacionamentos com clientes e comercializar produtos com investimentos relativamente baixos e vasto alcance."

Essa janela de oportunidade serviu de trampolim para Guilherme Mandai, de 26 anos, à frente do restaurante Wok House, em Lins (SP). A trajetória do jovem carrega a marca do dinamismo contemporâneo. Antes de firmar os pés na gastronomia, testou ***startups*** e iniciativas em turismo, educação e reaproveitamento de resíduos. O negócio gastronômico nasceu dentro de casa durante a pandemia, inicialmente voltado a pratos da culinária brasileira convencional.

A virada criativa ocorreu ao identificar uma carência na região e a oportunidade de atuar com as próprias origens. Em vez de insistir na fatia saturada dos combinados frios de sushi e sashimi, Mandai e sua mãe resgataram a tradição dos pratos quentes da culinária japonesa, como o clássico katsukare — eleito em 2022 o melhor prato tradicional do mundo pelo guia TasteAtlas —, além de yakisoba, chahan, frango teriyaki, takoyaki e o prático onigiri.

O restaurante nasceu sem salão aberto para refeições no local. Como não havia um ponto fixo no início, a vitrine do Wok House era a tela do celular do cliente. Foi a criação de conteúdo consistente que permitiu à operação saltar de uma média tímida de sete pedidos diários para marcas de 20 a 30 entregas por noite.

"Percebemos um verdadeiro oceano azul em Lins (SP). A maioria dos restaurantes locais mantinha perfis pouco movimentados ou apenas com 'feed vitrine', que só mostrava fotos do produto sem revelar quem estava por trás daquelas receitas", relata Mandai. "Quisemos trazer humanização e conexão com o público. Acreditamos que as pessoas compram primeiro de quem você é, para depois comprarem o que você vende. Estruturamos um calendário editorial focado nas etapas do funil, desde posts de atração e bastidores até formatos apetitosos, gerando desejo imediato e conversão."

Do *Instagram*, o Wok House expandiu sua atuação para o *TikTok*, *Facebook* e campanhas orientadas de tráfego pago. O crescimento digital impulsionou a formalização do negócio. Ao abrir a primeira conta de pessoa jurídica da empresa, Mandai optou pela COCRED por indicação, encontrando na instituição o suporte presencial e a clareza operacional que faltavam nas instituições bancárias tradicionais.

"Antes a gente trabalhava com banco digital e banco tradicional, mas enfrentávamos filas e não tínhamos a mesma assistência ou clareza para tirar dúvidas", destaca o empreendedor. "Na cooperativa, além de segurança com o nosso dinheiro suado, tudo é esclarecido, sem surpresas ou entrelinhas contratuais. Existe uma relação próxima de parceria. Os próprios profissionais da cooperativa viraram nossos clientes e recomendam o restaurante."

A expansão da marca já projeta os próximos passos, com a estrutura de cozinha instalada no centro da cidade preparando a abertura de atendimento presencial em seu espaço físico e planos futuros de novas unidades na região.

Guilherme Mandai, cooperado COCRED

Nada óbvio

Os caminhos de Flademir e Guilherme ilustram uma transformação comportamental profunda no mercado brasileiro. A busca dos consumidores por autenticidade e conexões reais reposiciona segmentos tradicionais, permitindo que empresários de diferentes portes compitam com relevância e rentabilidade.

"O ponto crucial é a mudança no comportamento do consumidor", enfatiza Denise Defina. "As pessoas não buscam apenas um produto, mas uma experiência diferenciada. O consumo passa a envolver ambiente, identidade, atendimento, design, storytelling e interação. Do ponto de vista econômico, isso representa uma estratégia de agregação de valor. Ao oferecer uma experiência única, os estabelecimentos conseguem diferenciar-se da concorrência, fortalecer a marca, aumentar a fidelização e praticar preços superiores aos de negócios convencionais."

De acordo com Denise, a inventividade natural do brasileiro, não pode ser confundida com precariedade, exigindo método para que a criatividade possa servir de guia. "Muitos negócios criativos nasceram justamente da necessidade de enfrentar limitações econômicas e encontrar alternativas para gerar renda. No entanto, é importante distinguir criatividade de improvisação. O empreendedorismo sustentável depende não apenas da capacidade de 'dar um jeito', mas também de planejamento, gestão, qualificação profissional, acesso ao crédito e um ambiente institucional favorável", pontua a economista.



Mais previsibilidade **no AGRO**

Quando o clima desafia o controle humano, a união entre tecnologia e suporte financeiro transforma incertezas em alta performance.

Paulo Henrique Cardoso, cooperado COCRED

O agronegócio sempre conviveu com o imprevisível. Secas prolongadas, ondas de calor atípicas, excesso de chuvas e pressões biológicas são variáveis que fogem do controle humano, mas que determinam o sucesso ou o fracasso do empreendimento que sustenta famílias inteiras. É nessa fronteira, onde a força incontrolável da natureza encontra a resiliência de quem produz, que uma aliança estratégica tem mudado o rumo dos negócios: a integração entre a inteligência tecnológica e o cooperativismo financeiro.

Em meio a desafios crescentes, a tecnologia já não é mais vista como um artigo de luxo ou um mero diferencial competitivo. A ferramenta se tornou parte indispensável da infraestrutura básica de gestão de uma propriedade ou negócio ligado ao universo agro. E para que ela saia dos laboratórios e chegue à rotina das lavouras e galpões, instituições como a COCRED despontam como alicerces essenciais. Ao compreender a pulsação, a sazonalidade e os ciclos de crescimento muito próprios da atividade rural, a cooperativa atua como o motor que transforma a necessidade de modernização em realidade palpável.

Para entender essa dinâmica, basta olhar para o avanço vertiginoso da inteligência de dados aplicada diretamente à terra. "A tecnologia não elimina o risco agrícola. Clima, mercado e fatores biológicos sempre farão parte da atividade. O que ela amplia é nossa capacidade de observar, antecipar problemas e reagir com maior rapidez", reflete Paulo Henrique Cardoso, engenheiro agrônomo, mestre e doutorando em produção vegetal.

Ele é o fundador da Agrocision, empresa de agricultura de precisão e digital sediada em Morro Agudo (SP), um dos maiores polos do setor sucroenergético brasileiro. A empresa nasceu em 2022 de forma genuína. Após deixar uma posição consolidada em uma fabricante de pulverizadores para se dedicar ao mestrado na UNESP, Paulo continuou sendo procurado por produtores em busca de socorro tecnológico. Decidiu então empreender com o propósito de aproximar a tecnologia e o conhecimento agronômico da realidade prática do produtor rural.

Hoje, a Agrocision desenvolve algoritmos próprios e utiliza Inteligência Artificial para processar dados de sensores, satélites, drones e maquinários. O portfólio reúne mais de 20 serviços que acompanham a lavoura de ponta a ponta, indo do planejamento de plantio e pulverização até o monitoramento da colheita. "Nosso trabalho é integrar planejamento, monitoramento e inteligência agronômica para que cada decisão considere não apenas produtividade e rentabilidade, mas também eficiência operacional, conservação dos recursos naturais e sustentabilidade da produção", detalha o especialista.

A aplicação dessa tecnologia tem um impacto direto no bolso do produtor rural. Por meio da sistematização das áreas e da rastreabilidade das frotas, é possível reduzir a erosão do solo, eliminar sobreposições e manobras desnecessárias das máquinas e gerar economia direta de combustível. O setor migra, assim, de uma atitude puramente reativa para uma postura preditiva, detectando anomalias e pragas antes que o dano financeiro se instale.

"A agricultura possui variáveis que não podemos controlar, mas, quando observamos propriedades com bons resultados de maneira consistente, normalmente encontramos planejamento, conhecimento técnico, controle de processos e gestão por trás desses números", afirma o engenheiro. Para ele, "produtividade consistente não acontece por acaso. Ela é construída."

A implementação de soluções de IA acompanha uma evolução profunda de mentalidade. Dentro desse contexto, a IA aparece como ferramenta utilizada, sobretudo, para apontar três caminhos: o que está acontecendo na lavoura, porque está acontecendo e qual decisão tomar a partir dessa informação. "Para nós, inteligência artificial só faz sentido quando



Divulgação

AGRONEGÓCIO

resolve um problema real do produtor. Agricultura de precisão não significa necessariamente gastar mais. Muitas vezes significa gastar melhor", aponta Paulo.

Para que empresas inovadoras como a Agrocision consigam desenvolver essas soluções intensivas em capital, o fomento estratégico de longo prazo é indispensável. Foi durante o próprio processo de estruturação e expansão da startup que o cooperativismo mostrou seu diferencial frente aos bancos tradicionais.

"À medida que a empresa evoluiu, percebemos que o relacionamento financeiro também precisava acompanhar esse movimento e, no agronegócio, faz diferença contar com uma instituição que conheça as características do setor", pontua o engenheiro sobre a forte parceria construída com a COCRED. "O que mais percebo no cooperativismo financeiro é a proximidade.

Existe espaço para diálogo e para compreender a realidade de cada empresa e de cada momento do negócio. O agronegócio está cada vez mais tecnológico e conectado, e nenhuma transformação relevante será construída de maneira isolada", diz.

Tecnologia para produzir melhor

Se nas extensas lavouras o uso de inteligência de dados antecipa cenários e mitiga perdas a longo prazo, na produção de proteína animal a inovação opera como um escudo imediato de sobrevivência. O Brasil é hoje o maior exportador global de carne de frango e o terceiro maior produtor mundial, com um setor que gerou um Valor Bruto de Produção (VBP) superior a R$ 112 bilhões em 2025.

A competitividade internacional dessa cadeia depende diretamente da eficiência produtiva frente às brutais oscilações climáticas no campo — um desafio diário que a família Klassen, referência no setor de granjas do interior paulista, conhece com profundidade. Naturais de Santa Catarina e com atuação no estado de São Paulo desde 2003, a família administra hoje 18 galpões no município de São Simão (SP) e precisou reinventar suas estruturas para blindar a produção.

"Nos últimos anos temos sentido alguns extremos, tanto de frio, mas principalmente, de calor. Essa é uma das maiores razões por termos optado pela climatização dos aviários", detalha Roque Klassen.

O processo exigiu coragem e investimentos robustos em modernização. "Até 2008, a gente trabalhava com a avicultura no sistema tradicional, com pressão positiva. A partir de 2008 a gente sentiu a necessidade da climatização e de converter o nosso sistema em pressão negativa", explica.

Nesse formato tecnológico moderno, potentes exaustores retiram o ar quente do galpão enquanto placas evaporativas úmidas injetam ar fresco. Essa troca constante mantém a pressão estática perfeitamente controlada, renova a qualidade do ar e salva as aves do estresse térmico letal causado pelas ondas de calor. O resultado do investimento não demorou a aparecer nas balanças e nas planilhas de conversão alimentar da empresa.

POR QUE CLIMATIZAR UM AVIÁRIO?

- **Mantém temperatura e umidade ideais.**
- **Reduz a mortalidade das aves por estresse térmico.**
- **Melhora a conversão alimentar e o aproveitamento da ração.**
- **Aumenta o ganho de peso e o lote homogêneo.**
- **Garante o bem-estar animal.**
- **Reduz perdas drásticas em ondas de calor extremo.**

"Usamos hoje o exaustor, tirando o ar, e placas evaporativas com entrada de ar controlado. A gente forma a pressão estática e a climatização do aviário. Conseguimos trabalhar com maior performance e tendo um desempenho maior", aponta.

Manter a excelência e o padrão de qualidade em um mercado global altamente exigente não dava margem para atrasos na modernização das instalações. "Vejo a tecnologia que transformou as nossas granjas como uma necessidade. A gente não conseguiria competir no mundo afora com a nossa proteína se a gente não tivesse feito investimentos nesse sentido", afirma Klassen, que hoje celebra a marca de 100% de seus aviários totalmente climatizados.

Nesta etapa de expansão e adequação dos galpões, a aliança de longa data com o cooperativismo demonstrou, mais uma vez, ser o oxigênio financeiro necessário para a transformação. A COCRED viabilizou caminhos seguros para que o grupo acessasse linhas de crédito repassadas pelo BNDES, desenhadas especificamente para atender às necessidades do agronegócio com prazos compatíveis com a atividade.

"A gente tem conseguido linhas de crédito via BNDES com mais tranquilidade na cooperativa. Sempre usamos na construção de novos aviários e climatização dos demais já existentes."

Na precisão milimétrica de um algoritmo que escaneia uma lavoura de cana-de-açúcar, ou no controle rigoroso e constante da temperatura de um aviário de ponta, a lição que fica é que quando a experiência do produtor rural e a potencialidade dos desenvolvedores de tecnologia encontram um porto seguro no cooperativismo financeiro, as incertezas externas perdem a força. A inovação avança, a COCRED impulsiona, e o agronegócio prova que, com gestão e apoio correto, a produtividade não precisa contar com a sorte, mas sim ser construída.



Cooperação para se **REINVENTAR**

Quando a coragem de empreender encontra a proximidade do modelo cooperativista, pequenos começos se tornam referências, negócios tradicionais se renovam e o futuro sustentável ganha escala.

"Se hoje eu tenho um pouquinho de coisa, um pouquinho de bens, um carro, uma casa... foi porque a cooperativa sempre esteve do meu lado. Para tudo o que eu sempre precisei, a COCRED esteve comigo". A declaração da empresária Mariana Carolina Pollo Castro, à frente da Preta Chic, em Orlândia (SP), não é uma mera formalidade institucional. Ela resume a essência de uma caminhada em que a fé e a determinação pessoal encontraram no cooperativismo de crédito o esteio financeiro e humano para transformar sonhos audaciosos em realidade.

A história de Mariana ilustra a tese que norteia a economia colaborativa global: ninguém prospera sozinho. O ano de 2025 foi proclamado pela Organização das Nações Unidas (ONU) como o Ano Internacional das Cooperativas sob o lema "Cooperativas constroem um mundo melhor" — e esse marco segue ecoando em 2026 com ainda mais força, comprovando que a cooperação não é um evento passageiro, mas um modelo permanente de desenvolvimento socioeconômico. Longe de ser apenas um slogan inspirador, essa premissa ganha contornos reais nas esquinas do interior brasileiro, onde histórias de reinvenção pessoal impulsionam a economia real, geram postos de trabalho e mantêm a riqueza circulando na própria comunidade.

Segundo dados do Sistema OCB (Organização das Cooperativas Brasileiras), o cooperativismo nacional ultrapassa a marca de 25 milhões de cooperados, gerando centenas de milhares de empregos diretos e movimentando centenas de bilhões de reais na economia do país. Por trás dessa grandiosidade estatística, operam pilares invisíveis aos olhos de instituições convencionais, como a proximidade real, a escuta ativa e o crédito que atua como ponte para a emancipação.

É preciso se reinventar

Se há 12 anos alguém previsse que a jovem sacoleira que percorria as ruas de Orlândia seria convidada por gigantes do mercado de luxo europeu para compor coleções em Milão, nem ela própria acreditaria.

Filha de mãe lojista, Mariana aprendeu o ofício antes até de dominar a escrita formal. Aos seis anos de idade, já vendia presilhas e pulseiras para as colegas na escola. Mais tarde, com uma maleta embaixo do braço e uma motocicleta emprestada pelo pai, à qual adaptou um pequeno baú, desbravou o comércio de rua batendo de porta em porta para vender peças em prata.

A vocação sempre falou mais alto. Quando decidiu fixar endereço na antiga casa da família no centro da cidade, em 2012, o cenário impunha modéstia e coragem. "Comecei com pouquíssimas peças, bem pouco mesmo. Na época, eu tinha R$ 10 mil em estoque de mercadoria. Eu lembro que quando eu abri a loja, eu tinha feito um monte de prateleira e a minha mercadoria não deu conta de encher uma prateleira por completo", relembra.

Para inaugurar o espaço, pegou mostruários em consignação com uma amiga. Cada venda era imediatamente reinvestida. Do segmento de joias em prata e semijoias, expandiu para relógios, perfumaria importada e ótica. O ponto acanhado foi dando lugar a uma operação sofisticada, que hoje comercializa as marcas mais



Mariana Carolina Pollo Castro, cooperada da COCRED desde 2012



cobiçadas do planeta — grifes rigorosíssimas em exigências de infraestrutura, como *Dior, Celine, Gucci, Versace, Dolce & Gabbana e Saint Laurent*. Para se ter dimensão do marco conquistado pela empresária, a marca Dior mantém apenas 40 pontos de revenda autorizados em todo o território nacional, sendo a loja de Mariana um desses raros endereços.

No mesmo ano em que abriu a loja física, Mariana inaugurou sua conta na COCRED, acompanhando a tradição já iniciada por sua mãe. Foi o início de uma parceria perene. A cooperativa forneceu capital de giro, respaldo diário e apoio nos momentos decisivos, incluindo a grandiosa obra recente, que demoliu o prédio original para erguer uma nova arquitetura comercial em formato de "*mini-shopping*", ocupando toda a esquina.

Hoje, a loja mantém uma equipe de sete profissionais, incluindo o marido, contador que assumiu as finanças, e o pai, que a apoia nas entregas e logística. "Todos esses anos a COCRED sempre esteve de portas abertas para mim. Tudo o que precisei, a cooperativa sempre me ajudou, nunca tive dificuldades. Estavam sempre perto de mim, do meu lado", afirma a empresária.

É preciso se renovar

A capacidade de se reinventar e renovar não se restringe a quem está abrindo caminhos no início da vida profissional. Ela é também a marca de mestres artesãos com mais de quatro décadas de estrada, como o fabricante Marcos Gurian.

Herdando a tradição de avós seleiros vindos de Pernambuco e os ensinamentos do pai calçadista no interior de São Paulo, Gurian aprendeu a labuta aos 13 anos. Fez faculdade de contabilidade para profissionalizar a visão financeira e chegou a comandar cinco lojas próprias simultâneas, além de sua fábrica. Mas o crescimento rápido cobrou seu preço: problemas com mão de obra terceirizada, falhas de atendimento e a perda gradual da essência do trabalho manual.

Foi quando Gurian tomou uma das decisões mais difíceis para qualquer empreendedor e resolveu dar passos atrás para reencontrar o próprio caminho. O ponto de virada veio em uma conversa simples e definitiva nos bastidores de uma Festa do Peão, quando um amigo o instigou com uma reflexão: "Marcos, olha o que te trouxe até aqui."

A frase ecoou por meses. Ele percebeu que a alma do seu negócio nunca esteve na quantidade de vitrines, mas no valor inestimável do artesanato, na bota sob medida feita à mão e no atendimento próximo. Gurian fechou três das cinco lojas, recentralizou a produção em uma estrutura enxuta ao lado da família e resgatou a confiança de clientes que já estão na quarta geração.

A volta às origens exigiu fôlego financeiro e quando a pandemia da Covid-19 abalou as estruturas do comércio e as instituições financeiras convencionais fecharam as portas para o diálogo, a COCRED agiu proativamente.

"A gerente me chamou: 'Marcos, tem um programa do governo assim, você está precisando?'. Falei: 'Nossa, se tô!'. Quando houve a negociação, ela falou:



'Fica tranquilo, isso vai ser automático, depois você só passa aqui para assinar'. Enquanto em outro banco deu o maior rolo e não queriam conversa. Foi onde encerrei a outra conta e fiquei só com a COCRED", diz.

Com os negócios reestruturados, aos 65 anos de idade, sem pensar em aposentadoria ociosa, Gurian planeja erguer uma vila cenográfica temática em frente à sua fábrica, com cenários country e celeiro americano para potencializar suas gravações digitais e manter viva a arte do couro. O crédito acessível e o capital de giro da cooperativa continuam sendo a base estável para que essa tradição familiar siga em frente.

É preciso inovar

Reinvenção também tem a ver com quebrar paradigmas em mercados consolidados. Em Uberlândia (MG), a trajetória da iGreen demonstra como o propósito sustentável pode transformar a matriz energética brasileira quando apoiado por modelos de negócios colaborativos.

Amanda Durante, CEO e cofundadora da empresa, trabalhava no setor de energia convencional quando percebeu, ao lado do irmão, o potencial inexplorado da geração distribuída compartilhada. A proposta era democratizar a energia solar conectando usinas limpas à rede distribuidora para conceder desconto de até 20% na conta de luz de clientes residenciais e comerciais, sem a necessidade de instalar placas no telhado.



Marcos de Andrade Gurian, cooperado da COCRED desde 2019

Para viabilizar a adesão sem as barreiras da desconfiança, apostaram no relacionamento porta a porta e criaram uma rede de licenciados que recebem até 70% de comissão recorrente, gerando renda mensal para milhares de famílias enquanto levam sustentabilidade à ponta final.

"A gente não abriu a empresa por dinheiro, foi por propósito. Nosso propósito é enriquecer vidas e impactar o mundo com sustentabilidade. A gente democratizou o acesso à energia limpa pegando toda a base", aponta Amanda.

Focando no consumidor comum (com contas a partir de 100 kWh), segmento historicamente ignorado pelas grandes operadoras, a empresa escalou: conta com 40 mil vendedores licenciados, 400 colaboradores diretos, mais de 800 mil clientes em 22 estados e mais de 20 milhões de quilos de CO_2 evitados na atmosfera.

Para Amanda, gerenciar uma operação desse porte exige parceiros que compreendam os desafios da expansão diária. "Você precisa ter muito claro o seu propósito para poder passar pelas adversidades. Quando a gente olha para trás, vê que valeu a pena persistir no que acreditava, porque se você não tiver propósito e pessoas que caminham junto com você,

o negócio não vai para a frente", diz. Assim como nas rotinas de Mariana e Gurian, a escala da iGreen depende de estabilidade de fluxo, suporte de recebíveis e parcerias alinhadas ao desenvolvimento compartilhado e sustentável, ou seja, um valor que o cooperativismo financeiro pratica no dia a dia.

Por um mundo melhor

A jornada da sacoleira que conquistou espaço junto às principais grifes internacionais, a sabedoria do artesão que soube desacelerar para preservar sua identidade e a audácia da jovem que democratizou a luz solar convergem na certeza de que quando o empreendedor é compreendido em sua realidade singular, o impossível perde a força.

Essa dinâmica evidencia o que estudos econômicos reiteram ano após ano: a presença de cooperativas financeiras impulsiona diretamente o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) e eleva o PIB per capita dos municípios onde atuam. Diferente do sistema bancário tradicional, que frequentemente drena a poupança do interior para concentrá-la nos grandes centros financeiros, as cooperativas mantêm os recursos girando exatamente onde foram gerados. O dinheiro poupado por um comerciante financia o capital de giro do artesão vizinho, que por sua vez emprega famílias locais, fortalecendo todo o tecido social da comunidade.

É por isso que o modelo cooperativo não busca clientes, mas acolhe cooperados donos do negócio. Ao reinvestir as sobras financeiras na própria região, oferecer crédito orientado em momentos desafiadores e disponibilizar gerentes que conhecem cada associado pelo nome, a COCRED dá continuidade ao lema proclamado pela ONU, porque as cooperativas de fato constroem um mundo melhor ao fortalecer a máxima de que quem ousa se reinventar jamais caminhará sozinho.


Divulgação

Amanda Durante, cooperada COCRED

O sonho da **CASA PRÓPRIA**

Mudanças no mercado e novos hábitos de consumo exigem planejamento financeiro dos jovens que buscam o primeiro imóvel.

"Se os meus pais conseguiram comprar uma casa com a minha idade, por que eu ainda não consegui?" Para milhões de jovens brasileiros, essa pergunta assombra a mente ao ver os pais comentarem sobre a idade em que compraram o primeiro imóvel. O resultado costuma ser uma sensação de que existe um atraso entre a própria trajetória e a geração anterior. A comparação parece simples, mas a realidade está longe de ser.

Entre os brasileiros que pertencem à chamada Geração Z — pessoas nascidas entre 1997 e 2012 — esse pensamento tem se tornado cada vez mais frequente. A impressão é de que os pais, na mesma idade, já haviam alcançado objetivos considerados importantes da vida adulta, como conquistar a casa própria, enquanto muitos jovens vivem de aluguel ou ainda nem saíram da casa dos pais.

A primeira conclusão pode parecer óbvia: os jovens simplesmente não querem comprar um imóvel. Mas ela não reflete a realidade com exatidão. Uma pesquisa desenvolvida pelo Programa de Pós-Graduação em Gestão Urbana da Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR), publicada em 2025 no International Journal of Urban and Regional Research, mostra justamente o contrário dessa conclusão.

O levantamento revela que 95% dos jovens brasileiros desejam ter uma casa própria, contrariando a ideia popularizada da chamada "geração aluguel". O estudo mostra que o sonho continua existindo. O que mudou foi o contexto em que ele precisa ser realizado.

Durante décadas, comprar um imóvel representava praticamente a principal meta financeira de uma família brasileira. Hoje, embora esse objetivo continue relevante, ele passou a disputar espaço com uma série de novas prioridades, possibilidades e desafios que simplesmente não existiam na mesma intensidade há trinta ou quarenta anos.

Os próprios pesquisadores identificaram três formas diferentes de enxergar a moradia comparando os grupos geracionais. Entre os Baby Boomers, nascidos entre 1945 e 1964, possuir um imóvel sempre esteve fortemente associado à estabilidade, segurança e status social.



Felipe Andrade Gomes, cooperado COCRED

Na Geração X, formada por quem nasceu entre 1965 e 1984, a casa própria passou a ser vista também como patrimônio e proteção financeira para o futuro. Já entre as gerações Y e Z, embora o desejo de ter um imóvel permaneça vivo, ele divide espaço com um conjunto de valores. Flexibilidade, mobilidade, experiências e qualidade de vida ganharam muito mais peso nas decisões financeiras. Isso não significa abrir mão da casa própria, mas reconhecer que ela deixou de ser o único grande projeto da juventude.

É nesse ponto que começa a resposta para aquela pergunta inicial. Não existe um único motivo capaz de explicar por que muitos jovens ainda não conseguiram comprar um imóvel. Na verdade, trata-se da soma de diversas mudanças econômicas, sociais e comportamentais que transformaram completamente a forma como as novas gerações vivem, trabalham, consomem e planejam o futuro.

Comparar duas gerações sem considerar essas mudanças é como comparar dois atletas disputando a mesma prova em pistas completamente diferentes. Os pais enfrentaram desafios próprios de sua época.

Os filhos enfrentam outros. Entender essas diferenças é o primeiro passo para com-

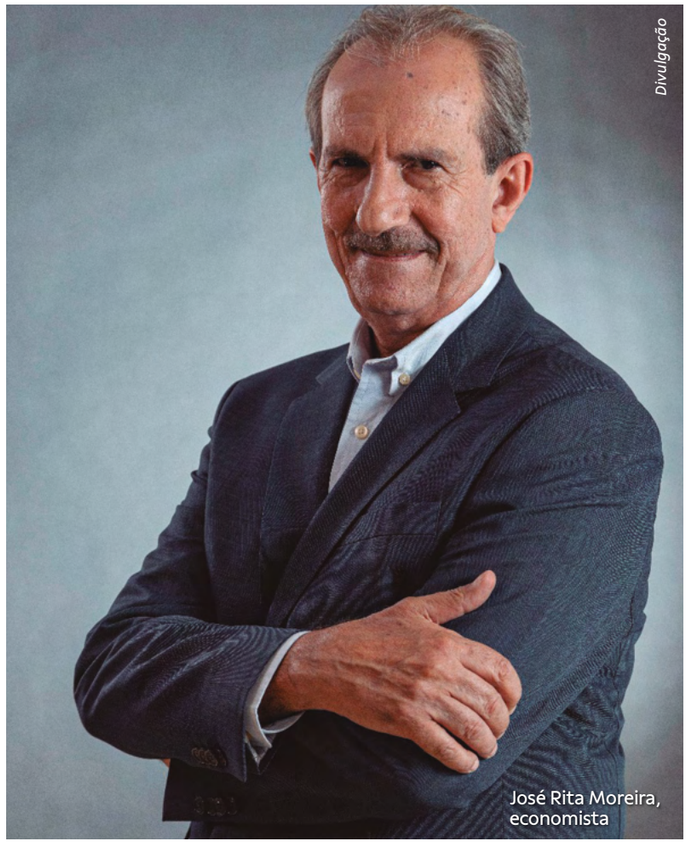
preender por que a casa própria continua sendo um sonho possível, mas exige um planejamento muito mais cuidadoso do que exigia há algumas décadas.

Novos contextos e hábitos

Existe uma tendência natural de comparar apenas o resultado e ignorar o panorama geral ao constatar que os pais compraram um imóvel antes dos 28 anos e que o filho chegou à mesma idade e ainda mora de aluguel. À primeira vista, a diferença parece ser consequência apenas das escolhas individuais. Mas basta olhar para os números para perceber que as condições de partida mudaram significativamente nas últimas décadas.

O primeiro fator é talvez o mais evidente: o preço dos imóveis passou a crescer em um ritmo superior ao da renda da população. Dados do mercado imobiliário mostram que, desde os anos 2000, o valor dos imóveis nas principais cidades brasileiras registrou uma valorização muito acima da inflação em diversos períodos, impulsionado pela expansão do crédito, pelo crescimento urbano e pelo aumento da demanda.

Ao mesmo tempo, embora os salários tenham aumentado, o poder de compra da renda não acompanhou a mesma velocidade de valorização dos imóveis. Isso significa que hoje são necessários mais anos de trabalho e de planejamento financeiro para conquistar um patrimônio semelhante ao que gerações anteriores conseguiram adquirir mais cedo.


Divulgação

José Rita Moreira, economista

Um exemplo ajuda a ilustrar essa transformação. Em Ribeirão Preto, uma cidade considerada de médio porte e com forte desenvolvimento econômico no interior paulista, apartamentos de aproximadamente 70 metros quadrados que, no início dos anos 2000, podiam ser encontrados por valores próximos de R$ 90 mil ou R$ 100 mil, hoje são comercializados, em muitos bairros, por cifras entre R$ 400 mil e R$ 600 mil, dependendo da localização e do padrão do empreendimento.

Mesmo considerando a inflação acumulada do período, a valorização real do mercado imobiliário superou a evolução da renda média dos trabalhadores, fazendo com que a distância entre o salário e o valor do imóvel aumentasse significativamente.

Para o economista José Rita Moreira, o problema vai além do valor do metro quadrado. É a combinação entre preço do imóvel, renda, custo do crédito e despesas de manutenção. "O que se observa em diversas regiões é que o preço da moradia passou a correr mais depressa do que a capacidade de poupança de muitos jovens. Em polos do interior paulista, onde atividade econômica e população se concentram, a valorização pode ser intensa sem que os salários locais acompanhem o mesmo ritmo", explica.

Para ilustrar a mudança estrutural, o especialista destaca um dado relevante. "Em 1986, eram necessários 7 anos de salário bruto médio para comprar um imóvel de 70m². Já em 2026, quarenta anos depois, são necessários 16 anos de salário bruto para o mesmo imóvel de 70m²."

E esse é apenas um dos fatores. Outro ponto importante está na forma como os jovens ingressam no mercado de trabalho. Nas décadas anteriores, era relativamente comum que profissionais permanecessem muitos anos na mesma empresa, construindo uma trajetória estável e previsível. Hoje, a realidade é diferente. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a informalidade continua elevada entre os brasileiros mais jovens.

Muitos iniciam a vida profissional como autônomos, microempreendedores individuais (MEIs), trabalhadores por aplicativo ou prestadores de serviço, modelos que oferecem maior flexibilidade, mas também tornam a renda menos previsível. Essa instabilidade interfere diretamente na capacidade de guardar dinheiro e, muitas vezes, dificulta o acesso ao crédito imobiliário, que inevitavelmente costuma exigir comprovação consistente de renda e histórico financeiro.
Nesse aspecto, o economista ressalta que o sistema financeiro avalia a capacidade de pagamento e a previsibilidade, e a ausência do holerite CLT exige maior organização. "A informalidade documental acaba custando caro: o profissional pode ter renda, mas não conseguir comprová-la com a clareza que o credor exige.

Isso pode levar a uma avaliação mais conservadora, a exigências adicionais ou a um valor de crédito menor", detalha. Segundo ele, a solução é tratar a vida financeira como parte da carreira. "Separar contas pessoais e profissionais, registrar receitas, manter uma reserva e declarar corretamente os rendimentos ajuda a construir histórico e credibilidade, tornando a renda mais legível para o sistema financeiro".

Nesse cenário, a própria lógica da carreira mudou. As gerações anteriores costumavam iniciar a vida profissional mais cedo, casar mais jovens e direcionar grande parte da renda para a construção do patrimônio familiar.

Hoje, o início da vida adulta é marcado por um período mais longo de formação acadêmica, especializações, intercâmbios e mudanças de carreira. Antes de pensar em comprar um imóvel, muitos jovens ainda estão consolidando sua profissão.

Se as condições econômicas mudaram, os hábitos de consumo também. As gerações mais jovens cresceram em um mundo com muito mais possibilidades de lazer, desenvolvimento pessoal e experiências de consumo do que seus pais tiveram na mesma idade. Há trinta anos, o orçamento de uma família dificilmente incluía assinaturas de plataformas de streaming, aplicativos de transporte, academias especializadas, planos de internet de alta velocidade, cursos online ou viagens frequentes de curta duração.

Naturalmente, quando o orçamento precisa acomodar mais objetivos ao mesmo tempo, a capacidade de direcionar recursos exclusivamente para um projeto de longo prazo, como a compra de um imóvel, tende a diminuir. Não porque esse sonho deixou de existir, mas porque ele passou a dividir espaço com outros projetos.

Sob a ótica comportamental, essa diversificação é uma readequação natural. "A economia comportamental ajuda a entender esse dilema: o benefício de uma viagem ou de um curso é imediato; a recompensa de poupar para uma casa parece distante. O presente costuma ter voz mais alta no orçamento do que o futuro", pontua Moreira.

O economista observa que boa parte da Geração Z prefere pagar aluguel e usar aplicativos para se manter ágil diante de mudanças, mesmo sem a segurança de um patrimônio. Para quem deseja o imóvel, a saída é pragmática. "Em vez de poupar 'o que sobrar', pode-se definir uma parcela destinada à moradia assim que a renda entra e

automatizar essa reserva. Patrimônio se constrói com disciplina, com margem para absorver imprevistos".

Somando preços mais altos, renda menos previsível, novos hábitos de consumo e uma vida adulta cada vez mais dinâmica, conquistar a casa própria exige hoje um nível de organização bastante elevado. Ainda assim, o objetivo continua ao alcance de quem transforma o desejo em planejamento.

Aos 28 anos, o engenheiro civil Felipe Andrade Gomes, morador de Jardinópolis (SP), é um exemplo disso. Como muitos brasileiros de sua geração, ele sempre enxergou a casa própria como uma conquista importante e, com a chegada da vida adulta, passou a relacionar essa conquista à estabilidade, segurança e construção de patrimônio.

Assim como acontece com boa parte dos jovens, o engenheiro sabia que realizar esse objetivo não dependeria apenas da vontade. Era preciso criar uma estratégia eficiente que permitisse traçar um caminho rumo à realização desse sonho.

É exatamente nessa busca por disciplina que ferramentas financeiras planejadas ganham espaço. O economista aponta que o consórcio pode funcionar como um compromisso de poupança programada, ajudando a transformar intenção em hábito. "A vantagem potencial de planejar é evitar o custo de tomar dinheiro emprestado imediatamente, especialmente quando os juros do financiamento são elevados", avalia.

Ele pondera que a escolha exige alinhar expectativas: "A comparação correta é entre custo total, prazo, valor da entrada, urgência e capacidade de pagamento. No consórcio, a contrapartida é a espera, mas para quem tem flexibilidade, é uma forma inteligente de evitar o endividamento imediato."

Como Gomes já havia recorrido a um consórcio para conquistar o carro próprio, decidiu que era hora de começar a construir o projeto da casa própria seguindo a mesma estratégia de uma modalidade que permite organizar os pagamentos sem comprometer excessivamente o orçamento.

Em vez de esperar reunir todo o valor necessário para dar entrada em um financiamento, optou por ingressar em um consórcio imobiliário da COCRED, onde é cooperado desde 2020. A escolha pelo consórcio também levou em consideração o cenário econômico e o peso dos juros tradicionais.

"O sonho da casa própria é constante. Quando a gente atinge uma certa idade, quer buscar o nosso canto e a nossa própria independência. Mas, de acordo com o cenário econômico, juros e financiamentos estão mais altos e difíceis. Foi aí que optei por ir em busca do consórcio, que tem uma taxa bem atraente para podermos iniciar a nossa vida", destaca.

Além da possibilidade de adquirir o imóvel futuramente, Gomes também vê o consórcio como uma forma de disciplina financeira. As parcelas mensais funcionam como um compromisso de longo prazo, estimulando a formação de patrimônio de maneira planejada. Para ele, o maior aprendizado foi entender que sonhos de grande valor dificilmente acontecem de forma imediata, mas podem ser construídos aos poucos. "Hoje a gente é muito eufórico e quer as coisas para ontem. Mas se a gente não vir planejando e dando tempo ao tempo, não consegue. Não adianta se cobrar tanto, porque são épocas diferentes. Aos poucos a gente vai conseguindo levar", avalia.

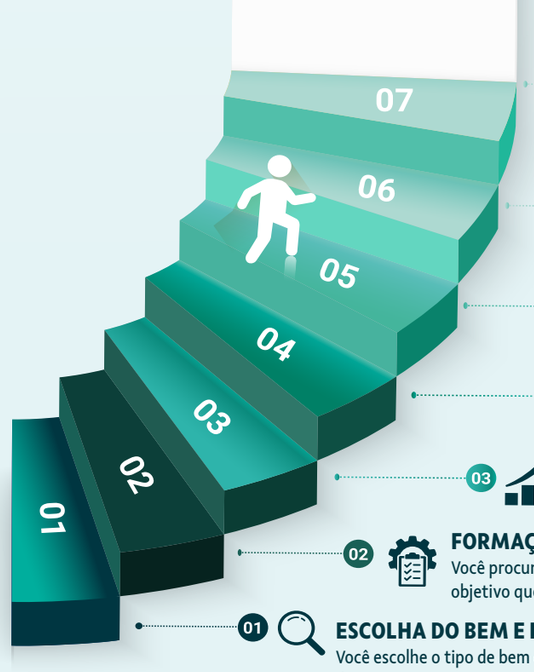
Com três cotas de consórcio ativas na COCRED — entre imóvel e veículos —, o engenheiro destaca que a relação de confiança e a qualidade do atendimento da cooperativa foram determinantes para manter seus planejamentos financeiros centralizados na instituição. "Tenho um relacionamento muito bom com o pessoal da agência. As taxas são boas, como sempre foram, é bem atrativo. Em vez de sair dali para ir para outro lugar, eu vou é aumentando cada vez mais o vínculo e o laço", afirma.

Para quem busca realizar projetos de vida com previsibilidade e taxas competitivas, o Consórcio COCRED é uma alternativa estratégica. Seja para a aquisição do primeiro imóvel, de veículos, serviços ou para a construção de patrimônio, a cooperativa oferece o suporte técnico e humanizado necessário para transformar planejamento em conquista.

CONSÓRCIO

Um grupo de pessoas se reúne com o mesmo objetivo e, juntas, contribuem mensalmente para que, todos os meses, uma ou mais pessoas sejam contempladas com uma carta de crédito para comprar o bem ou serviço desejado.

Saiba mais pelo QRcode.



07 USO DO CRÉDITO
Esse valor recebido pode ser usado conforme o acordado para realizar o seu sonho.

06 RECEBIMENTO DA CARTA
Ao ser contemplado, você recebe a sua carta de crédito no valor total contratado e continua pagando as parcelas restantes.

05 FORMAS DE CONTEMPLAÇÃO
- SORTEIO: todos os participantes concorrem.
- LANCE: quem oferece um lance antecipa a contemplação.

04 ASSEMBLEIA MENSAIS
Todos os meses acontece uma espécie de assembleia, em que acontece as contemplações das cartas de crédito.

03 PAGAMENTOS MENSAIS
Todos os participantes realizam os pagamentos mensais, conforme combinado previamente.

02 FORMAÇÃO DO GRUPO
Você procura a cooperativa e busca por um grupo de pessoas que tenha o mesmo objetivo que você. Por exemplo, a compra de um imóvel.

01 ESCOLHA DO BEM E DO VALOR
Você escolhe o tipo de bem que deseja comprar e qual o valor total está disposto a gastar com a compra.

CONSÓRCIO DE IMÓVEIS

COCRED

TODO SONHO
MERECE UM LUGAR
PARA CHAMAR DE SEU.

+ organização
+ conquistas

Disponível em Google Play

Disponível em App Store

cocred.com.br
cocred.oficial

Ouvidoria - 0800 725 0996
Atendimento seg. a sex. - 8h às 20h
www.ouvidoriasicoob.com.br
Deficientes auditivos ou de fala - 0800 940 0458

COCRED
SICOOBCOCRED

ideatore



De malas **PRONTAS**

Com planejamento e organização financeira, viajar passou a fazer parte da rotina de brasileiros que buscam ampliar horizontes e colecionar novas experiências.

Muitas situações ao longo da vida funcionam como gatilhos capazes de transformar comportamentos de uma hora para a outra. Para o empresário Célio Alves de Assis, proprietário de um tradicional bar em Batatais (SP), completar 60 anos foi o empurrão que faltava para despertar uma paixão até então adormecida. Em 2018, ao chegar à nova década de vida, Célio e a esposa, Maria Elizabeth Cabral de Assis, decidiram que era hora de conhecer novos lugares.

Antes acostumados à rotina de trabalho diário no interior paulista, Assis e Maria Elizabeth não tinham o hábito de viajar com frequência. A virada de chave começou despretensiosa, com uma viagem ao México.

Desde então, as malas passaram a fazer parte da rotina. Cuba, Jamaica, a Rota das Emoções, no Nordeste, e o litoral de Alagoas estão entre os destinos já visitados pelo casal. O segredo, segundo Célio, está em se organizar antes de partir.

"A gente vai pagando aos poucos. Quando viajamos, já está tudo pago. O nosso comércio é só eu e minha esposa, então, quando a gente viaja, é lacrado, não fica ninguém, fica parado. Então a gente fica lá com a cabeça mais tranquila", diz.

Aeroportos cheios

A história de Célio ajuda a ilustrar uma mudança no comportamento dos brasileiros: viajar passou a ocupar um espaço cada vez maior nos planos de vida. O movimento aparece também nos números do setor. Em 2025, a aviação brasileira registrou recorde histórico, com cerca de 130 milhões de passageiros, enquanto o país recebeu 9,29 milhões de turistas estrangeiros, o maior número da série histórica.

Por trás desse movimento está, principalmente, o mercado doméstico. Segundo a FecomercioSP, mais de 90% do turismo nacional é movimentado pelos próprios brasileiros. Os dados da Associação Brasileira das Operadoras de Turismo (Braztoa) reforçam esse apontamento. Em 2025, as operadoras associadas faturaram R$ 23,96 bilhões, recorde da série histórica, e 78% desse valor, ou R$ 18,66 bilhões, vieram de viagens dentro do país. Ao todo, foram 7,1 milhões de embarques domésticos, equivalentes a 73% do total registrado pelas empresas.

O aumento do interesse em viajar também aparece nos gastos e nos hábitos dos brasileiros. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), as despesas com viagens nacionais com pernoite chegaram a R$ 22,8 bilhões em 2024, alta de 11,7% em relação ao ano anterior.

É preciso se organizar

Se para alguns o turismo começa na maturidade, para outros ele se torna um estilo de vida permanente, aliado à organização e à precisão logística. O médico Luís Augusto Chiarelli, que atua nas regiões de Terra Roxa, Barretos e Bebedouro (SP), adotou uma rotina intensa de viagens e busca explorar novos horizontes praticamente a cada quinze dias.

Cooperado da COCRED desde 2008, Chiarelli estabeleceu como meta pessoal, ao lado da esposa, Maria Claudia Chiarelli, conhecer todas as 27 capitais brasileiras. As viagens nacionais são intercaladas com roteiros internacionais a cada três ou quatro meses.

"Uso o cartão para fazer compras, reservas, sala VIP, mas basicamente estou viajando com milhas. Para viagem internacional, 90% das vezes eu vou de executiva com milhas e fico em hotel entre 4 e 5 estrelas por ter essa facilidade."

Para Chiarelli, a preparação faz parte do prazer de viajar. Ele monta cronogramas completos em PDF, com reservas de hotéis, passeios, museus, restaurantes locais e até dias de descanso. Para ele, a viagem também é uma oportunidade de ampliar horizontes e fazer amizades.

"Para mim, viajar é sair da minha zona de conforto, é saber que outras pessoas têm uma vida completamente diferente da tua e vivem bem, são felizes. Isso abre um leque bem grande como filosofia de vida. E a viagem já começa na estrada. Faço amizade no aeroporto, na sala VIP, no hotel, no avião. Praticamente os meus amigos atuais são os que eu fiz em viagens."

Entre os locais visitados, Chiarelli destaca Manaus como uma grata surpresa nacional.

"Manaus é uma metrópole superestruturada, super-receptiva para o turismo e não é tão divulgada. Eu voltaria fácil para lá. E no exterior, entre Portugal e Buenos Aires, fico com Portugal, mas todo ano passo meu aniversário em Buenos Aires."

Os diferenciais do Sicoobcard

Para quem transforma as viagens em parte da rotina, planejamento também significa escolher com atenção as ferramentas que podem facilitar cada etapa do percurso. Nesse contexto, os cartões da COCRED reúnem benefícios que podem ser aproveitados antes, durante e depois do embarque.

Célio Alves de Assis destaca o acesso às salas VIP como uma das vantagens práticas de viajar acompanhado do cartão.

"Muitas vezes as pessoas não conhecem os benefícios que têm em mãos. Em aeroportos a alimenta-







ção é caríssima. Quem tem o cartão correto, com acesso às salas VIPs gratuitamente, descansa com conforto, come bem e não gasta nada a mais por isso."

Além do acesso a lounges, os cartões oferecem benefícios que podem incluir seguro-viagem, acúmulo de pontos para programas de fidelidade, ofertas internacionais, proteção de bagagem e facilidades pelo Super App Sicoob, de acordo com a modalidade do cartão e as condições vigentes.

"É um diferencial, porque você esperar uma viagem numa sala VIP descansando, esticando, comendo bem, é diferente de esperar numa poltrona de aeroporto pagando caríssimo em uma alimentação básica", aponta Chiarelli.

Com organização prévia, educação financeira e uso consciente dos recursos disponíveis, viajar pode se transformar em uma experiência cada vez mais frequente, sem deixar de lado o planejamento necessário para manter as contas em equilíbrio.

Destinos no radar

Os destinos escolhidos pelos cooperados também conversam com tendências observadas no comportamento dos viajantes. Entre praias, experiências de natureza e grandes capitais internacionais, alguns lugares ganharam espaço nas buscas e nos planos de viagem.

Manaus e a Amazônia: a capital amazonense combina experiências de natureza, cultura e gastronomia regional e aparece entre os destinos brasileiros de interesse de visitantes internacionais.

Alagoas: Maceió e Maragogi estão entre os destinos brasileiros que registraram avanço nas buscas internacionais, destacando a força do litoral alagoano para quem procura sol, praias e experiências de descanso.

Buenos Aires: a capital argentina segue entre os destinos internacionais mais procurados pelos brasileiros, favorecida pela proximidade, pela oferta cultural e gastronômica e pela facilidade de acesso.

Portugal: Lisboa e Porto continuam no radar dos brasileiros que buscam a Europa, com vantagens como o idioma, a oferta cultural, a gastronomia e a facilidade de circulação.

Sudeste Asiático (Tailândia e Japão): grande aposta para o turismo de longa distância, impulsionado pela busca por imersão cultural, templos históricos e natureza exótica.

Checklist de bordo

- Documentação & Vistos: Passaporte com validade mínima de 6 meses (ou RG em bom estado para o Mercosul) e comprovantes de vacinas exigidas pelo destino.
- Seguro-Viagem Ativo: Apólice emitida previamente (inclusive a do próprio cartão de crédito).
- Avisos Financeiros: Notifique o uso internacional do cartão no app da cooperativa e gere um cartão virtual para compras online.
- Cópia Digital e Backup: Mantenha cópias de vouchers, reservas e documentos salvas na nuvem ou em PDF no celular.
- Farmácia de Bolso: Remédios de uso contínuo acompanhados de receita médica e kit básico de primeiros socorros na mala de mão.
- Kit Conforto em Cabine: Adaptador universal de tomadas, powerbank homologado pela Anac e fones de ouvido.

COCRED

+ crédito
+ possibilidades





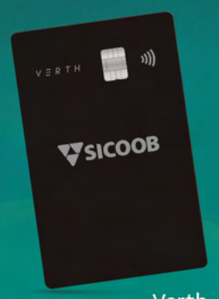
Gold



Gold Plus



Platinum



Verth



Merith



Zenith

De anuidade zero a acesso à sala VIP em aeroportos. **Acesse o QRcode e conheça todas as vantagens.**

cocred.com.br
cocred.oficial

Ouvidoria - 0800 725 0996
Atendimento seg. a sex. - 8h às 20h
www.ouvidoriasicoob.com.br
Deficientes auditivos ou de fala - 0800 940 0458

COCRED
SICOOBCOCRED

ideatore

Geoeconomia no **RADAR**

Roberto Dumas analisa as tensões globais, rearranjos financeiros e incertezas econômicas que marcaram o primeiro semestre de 2026.

O primeiro semestre de 2026 mostrou de forma consistente que a eficiência de custos, isoladamente, não dita mais a dinâmica do comércio internacional. O mundo opera sob as regras da geoeconomia, em que a política externa, a segurança nacional e os atritos bélicos tornaram-se os principais vetores de precificação de ativos, redefinição logística e formulação de políticas monetárias ao redor do globo.

No cenário internacional, tensões de grande escala impuseram uma densa camada de incerteza que segue permeando a economia global. Com os olhos voltados ao Oriente Médio, as tensões envolvendo Estados Unidos, Israel e Irã, somadas às investidas de grupos insurgentes como os *Houthis* no Iêmen, transformaram corredores marítimos cruciais em pontos críticos de disputa.



A vulnerabilidade de gargalos geográficos, como o Estreito de Ormuz e o estreito de Bab al-Mandab, no Mar Vermelho, forçou petroleiros e navios porta-contêineres a desviarem suas rotas, resultando em maior tempo de navegação e encarecimento do transporte. Simultaneamente, a extensão do conflito entre Rússia e Ucrânia segue exercendo pressão sobre o fornecimento de commodities agrícolas estratégicas e insumos, com atenção para o trigo e os fertilizantes nitrogenados e fosfatados.

Olhando para além dos conflitos armados, o tabuleiro geoeconômico assiste ao endurecimento das disputas hegemônicas entre potências. A política comercial norte-americana tem elevado o tom por meio de taxações, barreiras alfandegárias e medidas direcionadas, acelerando a transição do modelo tradicional de terceirização ampla para arranjos baseados em proximidade e confiança mútua.

Nesse contexto turbulento, o Brasil navega em uma posição singular, marcada pela dualidade entre desafios estruturais domésticos e oportunidades geopolíticas estratégicas. Por um lado, a economia nacional sente os reflexos dos custos logísticos e da dependência externa de fertilizantes, fundamentais para a tração do nosso agronegócio, além do peso de vulnerabilidades internas.

Por outro lado, o país desponta internacionalmente como um fornecedor indispensável de energia e alimentos, com grande apelo na agenda global de transição energética e uma clara vantagem comparativa: a distância geográfica dos epicentros de conflito. Essa condição tem posicionado o Brasil como porto alternativo para o capital institucional estrangeiro, que busca rentabilidade em mercados emergentes consolidados, enquanto o Banco Central calibra o ciclo de política monetária e a taxa Selic em busca de equilíbrio.

Para analisar esse panorama complexo e traduzir com profundidade como essas transformações geopolíticas impactam a economia brasileira no curto, médio e longo prazo, a 48ª edição da Revista COCRED MAIS entrevistou Roberto Dumas.

Membro do Comitê de Ativos e Passivos (ALCO) da COCRED desde 2025, Dumas reúne ampla bagagem nos mercados financeiro e acadêmico internacional. É mestre pelas universidades de *Birmingham (Reino Unido) e Fudan (China), CFA Charterholder* e professor do Insper desde 1996. Em sua trajetória executiva, atuou em grandes instituições como *UBS, Lloyds Bank, Citigroup*, Itaú BBA e representou o país no Banco dos BRICS, em Xangai, em missão ligada ao Ministério da Economia.

Autor de obras consagradas sobre macroeconomia, crises financeiras e economia chinesa, Dumas compartilha a seguir sua visão sobre os rumos do comércio global e o posicionamento do Brasil nesse cenário.

***COCRED* | Os conflitos geopolíticos recentes têm mostrado como decisões políticas e militares em determinadas regiões podem produzir efeitos econômicos em escala global. O que mudou, estruturalmente, na relação entre geopolítica e economia nos últimos anos e por que esse vínculo tende a ganhar ainda mais relevância no futuro?**

Dumas | A geopolítica sempre afetou a economia, daí a intersecção entre os assuntos, geoeconomia. Não obstante, o que estamos testemunhando no século XXI, com a rapidez das informações e consequentemente os impactos nos preços dos ativos, parece que vivemos em uma nova fase, o que de certa maneira é verdade, dado que a geoeconomia mudou desde a Guerra Fria entre EUA e URSS.

Atualmente, a guerra entre EUA, Irã e Israel tem afetado não apenas o preço do petróleo, principal *commodity* do Oriente Médio, mas o estrangulamento de estreitos importantes para o comércio mundial, como o Estreito de Ormuz, por onde passa 20% do comércio de petróleo e gás natural e o estreito de Bab al Madab, pelos terroristas do Iêmen, os *Houthis*.

Nessa passagem, pelo menos 15% do comércio mundial trafega e seu fechamento pelos terroristas aliados do Irã, faz com que grande parte do comércio mundial tenha de dar a volta pelo Cabo da Boa Esperança, ao invés de atravessar o Canal de Suez, gastando 15 dias a mais de viagem, o que representa maiores custos de produção, fretes, seguros e estocagem.

O mundo está vivendo um período de inflação e juros mais altos, que deve durar por um bom tempo. Não podemos esquecer

a guerra entre Rússia e Ucrânia que acaba afetando a passagem de fertilizantes e trigo pelo Mar de Azov e o Mar Negro também.

***COCRED* | A intensificação das disputas entre grandes potências pode acelerar um processo de reorganização da economia mundial, com países buscando reduzir dependências estratégicas e aproximar cadeias de produção de seus territórios ou de nações consideradas aliadas. Esse movimento pode levar a uma nova configuração do comércio internacional nos próximos anos?**

Dumas | Essa reorganização das cadeias produtivas já ocorria desde a eclosão da pandemia no ano 2020. Os principais atores do comércio mundial perceberam que depender de uma só nação ou nações não confiáveis, ou extremamente distantes, poderia afetar sobremaneira a condução das transações comerciais, resultando no surgimento de uma nova configuração no comércio mundial.



Divulgação

Se antes a maior parte das transações internacionais eram "*offshore*", agora, nações passaram a transacionar com outras nações mais próximas "*nearshore*", nações amigas "*friendshore*" e até mesmo passaram a produzir parte do que era transacionado internacionalmente, em casa, "*onshore*".

De tal sorte que, ao não transacionarem com países onde as vantagens comparativas são mais óbvias (como no caso das operações *offshore*) e passarem a transacionar com nações amigas, mas que não maximizem essas vantagens ou não ofereçam os preços mais baixos, acaba-se por produzir um efeito inflacionário mundial mais resiliente quando comparado ao observado no período pré-pandemia.

***COCRED* | O petróleo e outras commodities costumam reagir rapidamente a tensões internacionais. Para um país como o Brasil, que é ao mesmo tempo produtor e exportador de commodities e possui forte participação do agronegócio na economia, esse cenário representa mais riscos ou pode abrir oportunidades no médio e longo prazo?**

Dumas | Em partes o Brasil pode se beneficiar dessa reorganização do comércio mundial e desse novo panorama geoeconômico.

Por ser um país exportador de petróleo e uma nação distante dos conflitos mundiais, acaba por ser um porto alternativo para alocação de recursos de investidores. Note a entrada de mais de R$25 bilhões na B3 no início do ano por investidores estrangeiros.

Não obstante, o Brasil é dependente de fertilizantes: Amônia, KCL, nitrogenados, fosfatados e esses insumos passam pelo estreito de Ormuz e pelo estreito de Bab al Madab no Mar Vermelho e pelo Canal de Suez, o que acaba majorando o custo de produção de bens agrícolas no Brasil também.

***COCRED* | A fragmentação do comércio mundial e a possibilidade de formação de novos blocos econômicos podem alterar a posição do Brasil no cenário internacional. O país tem condições de se beneficiar dessa reorganização das cadeias globais de produção e comércio?**

Dumas | Países tem interesses e não amigos. Essa é a máxima do comércio mundial e da geopolítica. Obviamente, por ser uma nação distante dos conflitos, grande fornecedora de insumos agrícolas, alimentos e petróleo, o Brasil acaba por se destacar positivamente nesse cenário tão turbulento que vivemos atualmente.

***COCRED* | Considerando as características da economia brasileira, quais são hoje os principais riscos e, principalmente, as oportunidades que o futuro pode trazer ao Brasil?**

Dumas | Desconsiderando as idiossincrasias domésticas do Brasil, como o alto endividamento do governo, o que resulta em elevadas taxas de juros futuras, observadas na curva de juros, o alto endividamento das famílias, das empresas e o aumento das recuperações judiciais das empresas. O Brasil pode se beneficiar por ser considerado uma nação distante de conflitos, exportadora de petróleo e protagonista mundial de transição energética, o que tem atraído a atenção de importantes nações ao redor do mundo.

UM PASSO À FRENTE

O ritmo das transformações na economia mundial exige atenção constante. Novas tarifas de importação, decisões de governos e bancos centrais, mudanças nas relações comerciais e movimentos dos mercados podem alterar, em pouco tempo, as condições que influenciam o crédito, os investimentos e a atividade econômica como um todo. Acompanhar esse cenário de forma qualificada é parte essencial de uma boa gestão financeira.

Na COCRED, essa tarefa passa pelo Comitê de Ativos e Passivos (ALCO), estrutura pioneira responsável por analisar os principais movimentos que podem afetar a saúde financeira da cooperativa e apoiar decisões estratégicas dos cooperados. O trabalho envolve o acompanhamento de fatores como liquidez, funding, inadimplência, taxas de juros, riscos de mercado, composição dos ativos e passivos e condições de captação e aplicação de recursos. A partir dessa leitura, o comitê avalia cenários, identifica possíveis impactos e contribui para que a cooperativa esteja preparada para diferentes condições econômicas.

O objetivo é encontrar o equilíbrio entre segurança, rentabilidade e liquidez, sempre considerando os riscos envolvidos nas decisões. Essa visão integrada ajuda a COCRED a antecipar movimentos, reduzir exposições desnecessárias e preservar o patrimônio da cooperativa e de seus cooperados.

Implementado em 2025, o ALCO também reúne diferentes perspectivas para a análise do cenário econômico. Entre seus integrantes está o especialista Roberto Dumas que leva para as discussões sua experiência na interpretação dos movimentos da economia brasileira e internacional.

Em setembro de 2026, intensificando seu empenho em transformar informação em conhecimento, a cooperativa lançou o Boletim Macroeconômico COCRED, publicação bimestral criada para traduzir os principais movimentos da economia brasileira e mundial e ajudar o leitor a compreender seus possíveis impactos.

Produzido com análise econômica e editorial de Roberto Dumas, o boletim reúne informações sobre temas como inflação, juros, atividade econômica, agronegócio, câmbio e cenário internacional, apresentando os acontecimentos de forma acessível e conectada ao dia a dia. O material é enviado gratuitamente aos cooperados e busca transformar um cenário econômico muitas vezes complexo em informação útil para decisões mais conscientes.

Apoio que faz **CRESCER**

Do crédito às soluções financeiras para o dia a dia, COCRED acompanha empreendedores de diferentes segmentos em cada etapa do negócio.



Quando a rotina de trabalho começou a perder o sentido e dar sinais de que aquele talvez não fosse mais o caminho certo, uma ideia passou a ocupar espaço na cabeça de Natane Andrade: empreender. A trajetória que a levou à abertura do primeiro negócio próprio é parecida com a de milhares de brasileiros que, em algum momento, trocaram a segurança da carreira tradicional pelo desafio de construir algo novo.

Depois de anos atuando no ambiente corporativo, Natane percebeu que já não se enxergava naquele cenário. Pedir demissão de um emprego estável para investir em um negócio próprio é motivo de frio na barriga para qualquer um, mas, no caso de Natane, a decisão não aconteceu da noite para o dia.

Nesse processo, vieram o planejamento, as contas, as conversas e, principalmente, as dúvidas. Abrir mão de uma carreira promissora e mergulhar em um mercado até então desconhecido, como a abertura de uma gelateria, exige coragem, preparo e disposição para errar, acertar e aprender durante o caminho.

Foi exatamente esse tipo de inquietação que, em 2022, acompanhou Natane durante meses. Hoje, essa mesma vontade de encarar um desafio novo faz parte da realidade de 42,5 milhões de brasileiros adultos, entre 18 e 64 anos, que ainda não têm um negócio próprio, mas desejam empreender nos próximos três anos.

O número coloca o Brasil na segunda posição mundial em quantidade de empreendedores potenciais, atrás apenas da Índia, que soma cerca de 150 milhões de pessoas com o mesmo objetivo. O levantamento faz parte do Monitor Global de Empreendedorismo (*Global Entrepreneurship Monitor* – GEM 2025), realizado no Brasil pelo Sebrae.

O país aparece à frente de economias como Estados Unidos, Egito e México. Quando o recorte considera apenas a proporção de adultos que pretendem abrir uma empresa, a Taxa de Empreendedorismo Potencial brasileira chega a 45%, a sexta maior entre as 110 economias avaliadas.

Movida pelo mesmo desejo compartilhado por milhões de brasileiros, Natane decidiu apostar no modelo de franquias, enquanto um segmento bastante específico e que também oferecia um diferencial de segurança importante para quem estava começando.

"A franquia te dá esse suporte porque ela já tem um modelo. Ela já testou, aprendeu, errou e te dá basicamente um negócio mastigado, pronto. Você não precisa correr atrás de homologar fornecedor, de fazer a receita do produto. Ela te dá o treinamento, você compra os produtos dela, ela já te ensina como fazer. Para quem nunca empreendeu, não tem negócios, é uma ótima opção de investimento", aponta.



Divulgação

Natane Andrade e família, cooperados COCRED

A escolha contava ainda com um ingrediente afetivo. Ela e o marido já eram apaixonados por gelato, uma versão artesanal do sorvete, preparada com ingredientes mais naturais e frescos, e enxergaram ali a oportunidade de unir o útil ao agradável e transformar um hábito em negócio.

"Conheci a marca em Ribeirão Preto há bons anos e era uma cliente muito fiel, sempre consumia o produto. Quando eu era cliente, nem era franquia ainda. De repente, vi abrindo novas unidades. Quando pedi demissão, fomos atrás, investimos, deixamos alguns projetos pessoais parados e apostamos na franquia", relembra.

A aposta fazia sentido. O brasileiro consome, em média, 5,4 litros de sorvete por ano, o que coloca o país entre os maiores produtores mundiais. Segundo a Associação Brasileira das Indústrias e do Setor de Sorvetes (ABIS), o segmento reúne cerca de 11 mil empresas e movimenta mais de R$ 15 bilhões anualmente.

A primeira unidade foi inaugurada em Anápolis (GO), a aproximadamente 660 quilômetros de Jardinópolis (SP), cidade onde o casal mora.

A escolha foi estratégica. Com mais de 400 mil habitantes e temperaturas elevadas durante boa parte do ano, o município se destacava como o cenário ideal para um bom gelato.

Dois anos depois, veio a segunda unidade, em Americana (SP), e uma terceira já está prevista para abrir na cidade em 2026. Somadas, as duas lojas em operação empregam mais de 20 colaboradores, além dos profissionais freelancers contratados nos períodos de maior movimento.

Ao todo, a ABIS calcula que somente a cadeia produtiva de sorvete no Brasil gera mais de 300 mil empregos diretos e indiretos. Para Natane, o crescimento consistente das empresas que administra hoje só foi possível graças ao planejamento financeiro. Entre os pilares dessa trajetória, ela

destaca o acesso ao crédito, que deu sustentação à expansão do negócio desde as primeiras etapas.

No caso da empresária, a contratação de uma linha de capital de giro junto à COCRED ajudou a dar fôlego financeiro aos estabelecimentos durante os primeiros anos de atuação. Diferentemente de um financiamento voltado à compra de máquinas ou à construção de uma unidade, o capital de giro é destinado à manutenção da operação.

Esse tipo de crédito pode ser utilizado para reforçar o caixa da empresa, comprar estoque, adquirir matérias-primas, antecipar despesas, pagar fornecedores, contratar colaboradores ou até mesmo equilibrar o fluxo de caixa em períodos de menor faturamento.

O capital de giro é um recurso especialmente importante em negócios que convivem com sazonalidade, como o setor de alimentação. Com uma reserva financeira disponível, o empreendedor consegue manter a operação funcionando sem comprometer o planejamento de longo prazo ou recorrer a alternativas de crédito com custos mais elevados.

Nas cooperativas financeiras, como a COCRED, o crédito faz parte da essência do modelo de negócio. Diferentemente das instituições financeiras tradicionais, que têm como objetivo gerar lucro para acionistas, as cooperativas pertencem aos próprios cooperados.

Isso significa que os resultados obtidos com as operações financeiras são reinvestidos na instituição e compartilhados entre os associados, na forma de distribuição de sobras, fortalecimento do patrimônio e melhoria contínua dos produtos e serviços.

Essa estrutura permite oferecer condições mais competitivas em diversas modalidades de crédito, com taxas de juros e tarifas que, muitas vezes, são inferiores às praticadas pelo mercado. Outro diferencial está no atendimento.

Antes da concessão do crédito, a cooperativa busca compreender a realidade do empreendimento, avaliando o momento da empresa, sua capacidade de pagamento e os objetivos do investimento para indicar a solução financeira mais adequada. O acompanhamento também continua após a contratação, contribuindo para que o recurso seja utilizado de forma planejada e sustentável.

"Com a cooperativa é um relacionamento mais próximo. Quando fomos abrir as duas unidades a gente pegou capital de giro para nos ajudar no financeiro, no fluxo de caixa para inaugurar a loja. Quando a gente foi financiar o carro de Americana a gente teve todo esse suporte, toda essa ajuda, deu certo o nosso financiamento também. Então sempre foram nossos parceiros", diz.

Motor regional

A trajetória de Natane mostra como o acesso ao crédito pode fazer diferença desde os primeiros passos de um negócio. Mas as necessidades de quem empreende mudam conforme o segmento, o tamanho da operação e o momento vivido pela empresa.

No comércio, no turismo, na indústria ou no campo, ter ao lado uma instituição financeira que entende essas diferenças pode ser determinante para transformar planos em crescimento.

Quando um negócio prospera, seus impactos vão além da empresa. O empreendedor compra equipamentos, contrata colaboradores, negocia com fornecedores, paga tributos, movimenta o comércio local e cria oportunidades para que outras empresas também cresçam. É um ciclo em que um investimento impulsiona outro, formando uma rede que beneficia diferentes setores da economia.

Não por acaso, o empreendedorismo é um dos principais motores do desenvolvimento do país. Dados do Sebrae mostram que os micros e pequenos negócios respondem por cerca de 30% do PIB brasileiro e são responsáveis por aproximadamente seis em cada dez empregos formais no país. Essa força se manifesta em múltiplos setores.

É essa diversidade que faz do empreendedorismo um dos grandes pilares da economia nacional. Do turismo ao agronegócio, passando pelo comércio, pela indústria e pelos serviços, diferentes segmentos ajudam a construir um mercado cada vez mais dinâmico. E cada um deles apresenta desafios e necessidades financeiras próprias.

Se um gelato em um dia quente foi o ponto de partida para que a empresária Natane desse o primeiro passo rumo ao empreendedorismo, foi sob o mesmo céu ensolarado que o empresário Walter Américo da Fonseca encontrou a oportunidade de construir o próprio negócio, desta vez em Cajobi (SP).

Fonseca começou despretensiosamente montando um clube de pesca que, com visão de futuro e constante reinvestimento, transformou-se em complexos de parques aquáticos de referência em Cajobi e Birigui (SP). A operação atrai milhares de famílias todos os meses e aquece a hotelaria, postos de combustíveis e o comércio de todo o entorno.

Em um setor dinâmico, investir continuamente em infraestrutura é fundamental. Atualmente, o parque de Cajobi recebe as obras de um rio lento, com investimento de cerca de R$ 1,5 milhão, enquanto a unidade de Birigui implanta uma moderna piscina de ondas, orçada em R$ 3,5 milhões. Para Fonseca, a expansão constante é a regra do jogo.

"O clube é como se fosse uma bicicleta andando, se parar, cai. Você tem que estar evoluindo. É um ramo que o pessoal não explora muito, mas se a pessoa investe no turismo mesmo, não erra."

Segundo o Conselho Mundial de Viagens e Turismo (em inglês World Travel & Tourism Council – WTTC) o setor representa cerca de 8% do PIB brasileiro. Para negócios que sustentam esse nível de estrutura e público, o apoio de uma instituição financeira ultrapassa a concessão de crédito tradicional e envolve soluções completas para o dia a dia, como gestão de contas, folha de pagamento, linhas de financiamento de veículos e a agilidade nas vendas com as maquininhas de cartão.

O empresário, que mantém uma gestão focada na saúde do fluxo



COMO FUNCIONA UMA FRANQUIA?

Uma franquia é um modelo de negócio em que uma empresa (franqueadora) autoriza outra pessoa (franqueada) a utilizar sua marca, seus produtos e seu modelo de operação. Em troca, o empreendedor investe na abertura da unidade e segue os padrões definidos pela rede.

Na prática, isso significa que o franqueado recebe suporte desde o início, com treinamentos, orientações e processos já testados. No caso da franquia de gelato escolhida por Natane, por exemplo, as receitas, os fornecedores homologados, a identidade visual e os padrões de atendimento são compartilhados pela franqueadora, garantindo uma experiência padronizada ao cliente.

Esse formato costuma atrair quem deseja empreender com o apoio de uma marca já consolidada, reduzindo parte dos desafios comuns de quem começa um negócio do zero, como a falta de reconhecimento no mercado.

Já pensou em abrir uma franquia? A COCRED oferece linhas de crédito e soluções financeiras para apoiar empreendedores em todas as etapas do investimento, desde a abertura da unidade até o crescimento do negócio.

Encontre a unidade COCRED mais perto de você acessando o site 💻 cocred.com.br.



Walter Américo da Fonseca, cooperado da COCRED desde 2010

de caixa e utiliza o atendimento da COCRED como base operacional, destaca a relevância do setor e a parceria sólida com a cooperativa.

"Quando existe na economia juros altos, falta de dinheiro no mercado, no geral, tudo sofre. Mas eu ainda acredito que o setor de lazer é o que menos sofre, porque o pessoal sempre dá um jeitinho de arrumar algum dinheirinho para ir passear. Minha relação com a COCRED é ótima para tudo que preciso. O pessoal atende bem, de fato o atendimento é muito bom."

Crescimento no campo

Se no turismo o apoio financeiro acompanha uma operação que precisa investir continuamente em estrutura, no campo ele precisa respeitar outro ritmo: o da safra. Aqui, o crédito e as soluções financeiras ganham novos formatos para acompanhar as necessidades de quem produz.

Se o comércio e o turismo movimentam as cidades, é no campo que opera uma das engrenagens mais vitais da economia brasileira. Foi nesse cenário que Pedro Henrique Martins Cássia construiu sua trajetória. Natural de Orindiúva (SP), ele viveu até os 14 anos no sítio da família antes de trilhar uma carreira de 13 anos no futebol profissional, dentro e fora do país.

Em 2012, ao encerrar o ciclo nos gramados, decidiu voltar às origens rurais e reconstruir seu caminho no mercado de trabalho com o apoio do pai. "Falei com o meu pai: 'Pai, preciso que o senhor me ajude a me encontrar, me colocar no mercado de trabalho'. Até os 14 anos, morando com ele, eu sempre ajudei no sítio, cortava cana, tratava do gado... Sempre fui um parceiro do meu pai. Em 2012, ele recebeu uma proposta para montar uma frente de plantio e colheita mecanizada e eu comecei a trabalhar com ele, atuando como um líder no campo", conta.

A vivência prática ao lado do pai serviu como uma escola de gestão. Em 2021, veio a oportunidade de dar o salto para o empreendedorismo próprio, fundando a empresa Abençoada Agrícolas.

"No dia 4 de janeiro de 2021, meu pai me chamou no escritório às 5 horas da manhã. Ele me preparou para ter o meu negócio. Agradeceu pela parceria e disse que queria me dar a oportunidade de iniciar meu negócio e tocar minha vida. Me deu condições para comprar metade da estrutura de máquinas dele, contratar parte dos funcionários e abrir meu CNPJ. Hoje, tenho em média 350 colaboradores. Há três anos plantamos de 10 a 12 mil hectares de cana por ano e entregamos na esteira de 2 a 2,5 milhões de toneladas colhidas."

Atualmente, o agronegócio paulista responde por aproximadamente 24% do PIB brasileiro, segundo dados do Cepea/Esalq e da CNA. A cada safra, a força do setor se reflete não apenas nos campos, mas em uma engrenagem que conecta indústrias, transportadoras, cooperativas e prestadores de serviço.

No entanto, manter uma operação desse porte exige alto nível de planejamento, principalmente devido aos altos custos com insumos, combustível, manutenção de frotas e às oscilações do mercado econômico.

É nesse ponto que o modelo cooperativo comprova sua força. Ao compreender os ciclos da terra e a sazonalidade que concentra despesas em momentos sem receita, a COCRED disponibiliza linhas de custeio, investimento e financiamento que garantem o fôlego necessário para que a produção não pare.

"A gente fatura bem de fevereiro até outubro ou novembro. Mas em dezembro, por exemplo, é período de pagar 13º salário, férias, e é o momento em que paro as máquinas e elas não produzem. Tenho que gastar para reformar tudo e recomeçar no outro ano. É aí que busco alternativas de financiamento e apoio. Meu relacionamento com a cooperativa é excelente. É um negócio de duas mãos bem dadas: duas de lá e duas de cá", aponta o empresário.

Do primeiro passo à expansão, as necessidades de quem empreende mudam conforme o negócio. Para Natane Andrade, o capital de giro ajudou a dar fôlego às primeiras unidades; para Walter Fonseca, soluções financeiras fazem parte da rotina de uma operação que precisa investir continuamente; para Pedro Henrique Martins, crédito e financiamento ajudam a atravessar os ciclos do campo e manter a produção em movimento.

São realidades diferentes, mas que têm em comum a necessidade de planejamento, acesso a recursos e soluções financeiras adequadas a cada momento. É nesse espaço que a COCRED atua ao lado do cooperado, entendendo as particularidades de cada negócio e oferecendo crédito, meios de pagamento e outros serviços financeiros que ajudam a transformar decisões de hoje em oportunidades de crescimento amanhã.

Quando o empreendedor cresce, crescem também os colaboradores, fornecedores, cidades e comunidades que fazem parte dessa história.



Pedro Henrique Martins Cassia, cooperado da COCRED desde 2017

PARA CADA PLANO, **UM CRÉDITO.**

Do campo ao comércio, a ***COCRED*** acompanha os cooperados em cada etapa com soluções de crédito para transformar projetos em grandes realizações.

CRÉDITO PARA
PRODUZIR, INVESTIR,
CRESCER E CONQUISTAR.



Linhas pensadas para apoiar
diferentes objetivos
e oportunidades.

COCRED
SICOOBCOCRED

Conheça algumas das nossas **soluções de crédito**

AGRO
AgroCiclo · AgroMais · CPRF
Soluções para apoiar a atividade rural, como custeio, investimentos e comercialização.

NEGÓCIOS
Capital de Giro · Antecipação de Recebíveis
Recursos para movimentar a empresa, apoiar o fluxo de caixa e viabilizar operações.

COM GARANTIA DE IMÓVEL
Home Equity · Capital de Giro Habitacional
Crédito para diferentes necessidades e para implantação e construção de empreendimentos imobiliários.

COMÉRCIO EXTERIOR
NCE · CCE
Soluções para apoiar atividades ligadas à exportação.

PROGRAMAS E OUTRAS SOLUÇÕES
FGI · FAMPE · PRONAMPE
Antecipação de Recebíveis de cartões · SIPAG
Conheça as opções disponíveis e as condições para o seu perfil.

Seu próximo plano começa com uma conversa.
Fale com a ***COCRED*** e encontre o crédito certo para o seu momento.

*Sujeito à análise de crédito e às condições de cada linha. Consulte mais informações nas agências ou em nosso site.

cocred.com.br
cocred.oficial

Ouvidoria - 0800 725 0996
Atendimento seg. a sex. - 8h às 20h
www.ouvidoriasicoob.com.br
Deficientes auditivos ou de fala - 0800 940 0458

ideatore



ARARAQUARA:
A Morada do Sol

Com localização estratégica, diversificação econômica e DNA inovador, município une a força produtiva do campo à indústria e se projeta como uma potência do interior paulista.

Poucas cidades do interior de São Paulo conseguem sintetizar de forma tão harmoniosa a transição entre raízes históricas e um presente dinâmico, tecnológico e industrial quanto Araraquara. Conhecida como a "Morada do Sol", a cidade carrega uma trajetória bicentenária, iniciada oficialmente em 22 de agosto de 1817, quando terras férteis atraíram pioneiros e tropeiros em busca de novas rotas pelo oeste paulista.

Esse passado rural foi o ponto de partida para uma transformação que atravessaria gerações. Na virada do século XIX para o XX, a expansão da lavoura cafeeira impulsionou a economia local, trouxe os trilhos da Companhia Paulista de Estradas de Ferro e intensificou a chegada de imigrantes europeus. Mas a história de Araraquara não terminou com o fim do ciclo do café. Longe de estagnar, o município fez da reinvenção a sua principal marca.

Hoje, com mais de 250 mil habitantes e um Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) de 0,815, Araraquara ostenta uma economia robusta e diversificada. O município atrai investimentos e talentos ao mesclar uma infraestrutura de ponta, uma indústria pujante, um setor de serviços movimentado e um agronegócio cada vez mais conectado à tecnologia.

É nessa intersecção entre a tradição de décadas e a urgência da transformação tecnológica que a história da produtora rural Ana Paula Nunes ganha protagonismo. Engenheira civil de formação, ela está à frente da tradicional Fazenda Jangada Brava, uma propriedade com mais de 80 anos de história que chegou às suas mãos como legado de quatro gerações.

A transição, no entanto, esteve longe de ser simples. Primeira mulher da família a assumir a gestão, ela precisou enfrentar, há cerca de 30 anos, a resistência dentro da própria casa e em um setor historicamente dominado por homens. "Os meus pais achavam que não era o lugar correto para eu ficar. Bati o pé, briguei e consegui", recorda.

A falta de mulheres no setor marcou os primeiros passos da trajetória da produtora "Eu ia em alguns eventos relacionados ao agro e só tinha eu de mulher. Ficava com vergonha lá no fundo, às vezes tinha vontade de fazer alguma pergunta e não fazia por vergonha daquele monte de homem".

Hoje, o cenário é outro. Além de comandar a propriedade, Ana lidera um grupo criado por ela há quase uma década que reúne mais de 80 mulheres do agronegócio de Araraquara e região, promovendo debates e presença feminina no setor. E o legado já tem continuidade: sua filha trabalha ao seu lado, marcando a quinta geração da família e a segunda geração de mulheres no comando.

No campo prático, Ana precisou tomar decisões difíceis para mudar os rumos do negócio quando o antigo pomar de citros da família foi devastado pelo greening. A resposta veio da capacidade de ler o mercado e transformar a



Ana Paula Nunes, cooperada COCRED

crise em pioneirismo. “Nós acabamos perdendo o nosso pomar de laranja e ficamos na dúvida do que fazer. Foi nessa época que eu resolvi plantar grãos. É uma coisa que na nossa região não tinha. Comecei com milho e, depois de uns anos, comecei a plantar soja. Posso falar que fui uma das primeiras, se não a primeira produtora a começar com o plantio de soja por aqui”, relembra.

Para a produtora, o trabalho apenas manual do passado deu lugar à alta performance. “Se você não investe em tecnologia, em desenvolvimento e sustentabilidade, não consegue ir para a frente. Aquele agro antigo do trabalhador com enxada na mão não existe mais. Hoje precisamos de mão de obra especializada, de jovens e técnicos trabalhando com nossas máquinas com piloto automático. Essa tecnologia faz com que o desenvolvimento aconteça no campo e em todo o entorno da fazenda”, aponta.

Para viabilizar essas transições tecnológicas, Ana encontrou na COCRED o suporte ideal, aliando o financiamento de safras e maquinários a um atendimento humano. “O cooperativismo é muito importante. A gente sente segurança de tomar um café, conversar sobre os problemas e buscar uma solução juntos. Essa proximidade faz toda a diferença”, garante a produtora.

Para ela, com a força do agro sendo impulsionada e valorizada da maneira correta, Araraquara é uma potência incontestável. “Temos áreas maravilhosas, oportunidades e estamos no centro do estado, o que facilita a distribuição. O agronegócio não é só dentro da porteira; ele começa com o trabalhador rural, passa pela produção, prestação de serviço, pela indústria e impacta a cidade como um todo. Araraquara é uma potência e as pessoas precisam acreditar mais na nossa região”, afirma.

Engrenagem industrial resiliente

A mesma terra que alimenta o agronegócio fornece bases para que a indústria local se fortaleça e agregue valor. Essa sinergia fica evidente na trajetória da Toro Indústria, especializada na fabricação e manutenção de cilindros hidráulicos para usinas sucroalcooleiras e fabricantes de máquinas agrícolas.

A empresa nasceu em 2016, na vizinha Américo Brasiliense, no auge de uma crise econômica que assolava o país e causava demissões em massa no setor metalmecânico regional. “Foi um ano em que a economia estava com problemas, muitas empresas dispensando colaboradores. A Toro surgiu em cima de uma oportunidade e de fé. Foi a semente de mostarda que moveu a montanha mesmo”, relembra Helaine Parma.

Com apenas oito funcionários e instalados em um barracão de 2.000 m², a empresa decidiu nadar contra a maré. Enquanto a concorrência focava em volume, a Toro priorizou a durabilidade, resolvendo problemas crônicos de desgaste de peças no campo. A estratégia deu certo e o crescimento exponencial exigiu uma mudança estrutural para comportar a alta demanda.

“Surgiu a oportunidade de comprar um terreno em Araraquara. Eu vejo a cidade como se nós estivéssemos no meio do mapa. Quando você precisa de algo em Sertãozinho, Ribeirão Preto ou São Paulo, você está bem no centro das indústrias, com acesso a uma mão de obra excelente”, explica Helaine.

O salto de estrutura foi impressionante e gerou impactos positivos para o município. A empresa hoje emprega 55 profissionais. A nova sede araraquarense, inaugurada no ano passado, possui 8.100 m² de área total (sendo 5.500 m² de área construída) e conta com um grande diferencial: uma sala de treinamentos. “Lá nós podemos atender os nossos clientes finais, que são as usinas, ensinando pessoas que não têm conhecimento com a hidráulica a trocar uma vedação e fazer a manutenção no campo”, detalha.

A concretização desse salto produtivo teve o respaldo financeiro indispensável da cooperativa. “A operação feita com a COCRED, através do FGI, foi essencial para que a obra da nossa sede acontecesse. É fundamental a parceria da cooperativa para a evolução da empresa. Temos muita gratidão pela confiança que tiveram na gente para terminarmos esse sonho e construirmos nosso espaço”, destaca Helaine.

Expansão contínua

Com o agronegócio e a indústria aquecidos, os efeitos dessa prosperidade transbordam. A chegada de novas indústrias e profissionais aumenta a demanda por moradia de qualidade, loteamentos modernos e novos espaços para negócios. É nesse cenário que a construção civil molda a nova fase de Araraquara.


Divulgação

Helaine Parma, cooperada COCRED


Júlia, Isabella e Paulo Filpi, cooperados COCRED

Há mais de 35 anos, a construtora e incorporadora Arenco, fundada no final de 1988 por Paulo Eduardo Filpi e Isabella Cristina Bedo Elias Filpi, acompanha cada ciclo de metamorfose da cidade. Com um portfólio que se aproxima da marca de 5.000 unidades entregues, a empresa precisou se reinventar várias vezes.

Paulo relembra que, na década de 1990, para enfrentar a chegada de gigantes nacionais da construção, a Arenco se uniu a outras empresas locais para criar competitividade. Já nos anos 2000, firmou uma parceria estratégica que mudaria o perfil arquitetônico da cidade.

"Ribeirão Preto sempre foi um espelho para Araraquara. Nós fomos trazendo as ideias de prédios comerciais, flats e loteamentos fechados para cá. O nosso primeiro prédio comercial, o América, teve uma venda lenta até o pessoal se acostumar. Mas o segundo já vendeu tudo no primeiro momento. A cidade foi amadurecendo e se acostumando com produtos novos", conta Paulo Filpi.

A diversificação dos negócios acompanha uma mudança demográfica. Hoje em processo de sucessão, com a chegada da filha Júlia Elias Filpi, que retornou de São Paulo para integrar a empresa após atuar em grandes multinacionais, o negócio ampliou seu escopo. "Hoje a Arenco também tem o Espaço Imobiliário, atendendo uma demanda que cresceu muito em Araraquara para vendas próprias e de terceiros. A empresa não é mais só a construtora", explica Júlia.

Seu retorno à cidade reflete um movimento maior. "É o reflexo de profissionais que estão saindo de São Paulo buscando qualidade de vida no interior", pontua a Júlia. Seu pai complementa, destacando a nova dinâmica econômica da cidade. "Araraquara mudou muito e passou a ser atrativa para uma geração nova. Você tem muito filho de Araraquara voltando para cá, que é o pessoal que foi estudar, formou e está voltando. Araraquara passou a ser atrativa para essa geração e a gente sente que tem muita gente nova no mercado. A cidade hoje está com aproximadamente 250 mil habitantes, então está numa outra pegada, um outro patamar", aponta.

Para sustentar esse ritmo de obras, a Arenco, que já conhecia o cooperativismo por experiências anteriores, encontrou na COCRED a parceira ideal. "As cooperativas estão ocupando o espaço dos grandes bancos porque o atendimento é totalmente diferente, muito mais próximo. No bancão, a relação é impessoal, eles querem saber só de números e cada hora é um gerente. Na cooperativa, você conversa com quem sabe da sua história e acompanha o seu negócio de perto", avalia Paulo.

Além do trabalho

Apesar de muito atrativa do ponto de vista das oportunidades de emprego e crescimento, Araraquara não é apenas uma máquina de produtividade e concreto. É uma cidade vibrante que respira história, esporte e tradição. No centro do orgulho local vive a Ferroviária. A tradicional "Locomotiva Grená" é um símbolo comunitário e de vanguarda nacional, embalada por seu histórico time masculino e pelo brilhante pioneirismo de sua equipe feminina, multicampeã do Brasil e da América do Sul.

O futebol feminino desponta como um dos grandes ímãs da cidade para os próximos anos. Com a construção de um moderno Centro de Treinamento (CT) feminino projetado para operar até 2027 — justamente o ano em que o Brasil sediará a Copa do Mundo Feminina da FIFA —, Araraquara reforça sua fama de "capital do futebol feminino", atraindo investimentos esportivos e jovens talentos de todo o país. Em dias de jogo, a Arena da Fonte Luminosa se transforma no epicentro de confraternização, unindo paixão e desenvolvimento social.

Fora dos estádios, a qualidade de vida se impõe. O passado que batizou o clube ganha vida no Museu Ferroviário, abrigado na imponente estação central. Pelo centro, a charmosa Rua Voluntários da Pátria, ou "Rua 2", com seu túnel natural de árvores de oiti e calçamento histórico, convida a caminhadas entre o comércio aquecido e os casarões preservados.

O contato com a natureza no Parque do Pinheirinho e o turismo gastronômico no distrito de Bueno de Andrada (famoso nacionalmente por suas coxinhas douradas) convivem em harmonia com a efervescência acadêmica. Com mais de 20 mil universitários impulsionados pela presença da Unesp, Araraquara é oxigenada diariamente por juventude, debates científicos e inovação. É uma Morada do Sol que preserva seu brilho histórico, mas que ilumina o futuro do interior paulista com sua potência.



Igreja Matriz de São Bento



Arena Fonte Luminosa



Museu Ferroviário

População:
253.474 pessoas (2025)

Área territorial:
1.003,626 km² (2025)

Índice de Desenvolvimento Humano Mundial
(IDHM): 0,815 (2010)

PIB per capita:
R$ 60.643,28 (2023)
Fonte: IBGE

***COCRED* em Araraquara**

Inauguração:
24/02/2026

Localização:
Av. Bento de Abreu, 483
Jardim Primavera

Em Araraquara, a COCRED inaugurou sua primeira agência no município em fevereiro de 2026, em um espaço moderno, acolhedor e planejado para fortalecer o relacionamento com os cooperados e contribuir para o desenvolvimento local.

Localizada na Avenida Bento de Abreu, nº 483, no Jardim Primavera, a unidade possui 392,57 metros quadrados de área construída e reúne tecnologia, conforto, acessibilidade e soluções sustentáveis. O espaço conta com estacionamento próprio, vaga exclusiva para pessoas com deficiência, salas de reunião e placas de energia solar.

Antes da presença física, a COCRED já atendia os cooperados de Araraquara por meio dos canais digitais. Com a agência, a cooperativa amplia sua proximidade com a comunidade e sua capacidade de contribuir para o crescimento econômico e social da cidade.

A unidade é a 43ª da COCRED e representa mais um capítulo de uma trajetória iniciada em 2022, construída com parceria, dedicação e cooperação.



Rua Voluntários da Pátria



COCRED Araraquara



COCRED Araraquara



Exemplo que atravessa **GERAÇÕES**

Aos 91 anos, Natalino Guidi, referência do agro e um dos primeiros cooperados da COCRED, deixa um legado vivo de inovação, trabalho e cooperativismo.

“Câmbio, Natalino na escuta!”

O rádio amador não sai do braço da poltrona. Sentado, devido às dificuldades de locomoção, Natalino Guidi, aos 91 anos, tem no pequeno aparelho um portal que o conecta diretamente ao local onde construiu a sua história e deixou sua marca: o campo. Estar longe da lida diária não foi bem uma escolha. Há cerca de quatro anos, o produtor sofreu um acidente vascular cerebral (AVC) que acabou tirando parte de sua mobilidade física, afastando-o da rotina da fazenda. Mas a mente de quem sempre esteve à frente do seu tempo não parou. Astuto como só ele, o agricultor logo arrumou um jeito de continuar presente, mesmo de longe.

Com a mão agarrada ao rádio, Guidi monitora cada detalhe do que acontece em suas terras, espalhadas pelo interior de São Paulo e Minas Gerais. A gestão do dia a dia da produção agora está nas mãos da família, em especial do filho, Marco Roberto Guidi.

Assim como a locomoção, a memória já não tem a mesma precisão de antes, mas, com a ajuda do filho e da família, o veterano revisita o passado carregado de lembranças, emoção e um orgulho genuíno. As mãos que hoje seguram o rádio na poltrona da sala estiveram na labuta desde muito cedo. Sendo o irmão mais velho em uma família de dez filhos, a responsabilidade bateu cedo à sua porta. Guidi começou a trabalhar aos 9 anos, encarando a terra e o trato com os animais. “Tirava leite, tratava dos porcos. Não fui ao ginásio, só estudei até a escola rural para poder ajudar em casa”, relembra.

Com o passar dos anos, o jovem trabalhador assumiu a liderança dos negócios e multiplicou o patrimônio da família. O combustível sempre foi a força de vontade e uma dedicação incansável para ver a produção alcançar recordes. “Trabalhei muito. Eu pegava o trator e o trator não parava. Puxei muita cana nas costas quando comecei, porque não tinha máquina para carregar”, afirma.

Tamanho empenho deu resultado: sua produtividade e liderança no setor chegaram a ser reconhecidas em reportagens de grande circulação, como na Folha de S.Paulo, em meados da década de 1990, quando sua plantação de amendoim bateu recorde.

Pai de três filhos, avô e bisavô de seis meninas, Guidi é uma referência viva para todos ao seu redor. Para o filho Marco, hoje Vice-presidente da Associação dos Plantadores de Cana do Oeste do Estado de São Paulo (Canaoeste), a admiração pelo pai é um sentimento nutrido pelo exemplo diário de um homem que nunca se acomodou.

Essa busca incessante por eficiência levou a família a diversificar seus cultivos ao longo das décadas, passando com sucesso pelo amendoim, cana-de-açúcar, milho e soja, sempre acompanhando a evolução do agronegócio nacional.

De pouco em pouco, conforme a produção crescia, surgiam também os gargalos da época. Naquele tempo, o acesso a recursos financeiros para custear safras e adquirir insumos era escasso e burocrático, ameaçando o crescimento do setor produtivo regional.

Foi nesse cenário de desafios que a história de Natalino Guidi se cruzou com a fundação da Cooperativa dos Plantadores de Cana do Oeste do Estado de São Paulo (Copercana) e, posteriormente, com a criação da COCRED. Na época, os produtores locais dependiam de uma estrutura distante, sediada em Piracicaba, o que dificultava o ritmo dos negócios.

Diante do desafio, a família Guidi uniu forças para mudar a realidade que não condizia com a velocidade do crescimento do agro. Natalino tornou-se um dos primeiros cooperados da COCRED. “Nós dependíamos de crédito para facilitar os pagamentos, porque a gente fazia muitas compras [insumos e maquinários]”, recorda o produtor.

A criação da cooperativa de crédito foi o divisor de águas para os agricultores regionais. Ter uma instituição financeira própria significava que o dinheiro gerado no campo permanecia no campo, oferecendo crédito justo, atendimento humanizado e apoio técnico para quem realmente produzia.

Para homens como Natalino, a COCRED representava, desde o início, a garantia de que o agricultor teria a segurança necessária para investir, modernizar suas frotas e expandir suas terras sem depender das exigências predatórias do sistema financeiro tradicional.

Olhar futurista

Marco relembra com entusiasmo que o pai sempre foi um homem visionário e de extrema habilidade prática. Para o filho, Natalino era um gênio da mecânica e da adaptação agrícola. “O pai sempre foi progressista. Tudo o que surgia de tecnologia, ele abraçava”, afirma.

O nível de engenhosidade de Guidi era tão alto que representantes de importantes marcas de maquinários visitavam o produtor para ver as melhorias que ele mesmo tinha implementado nos equipamentos e replicá-las nas linhas de produção de fábrica. “Ele comprava as máquinas e, o que achava de errado, ele mesmo modificava. Sempre teve esse ‘olhar futurista’”, destaca Marco.

Ao ouvir o relato do filho, o patriarca sorri em silêncio. Com a simplicidade, ele resume em poucas palavras a emoção de ver a continuidade do seu trabalho: “Eu me sinto orgulhoso”. É o sentimento genuíno de quem contempla as sementes que plantou florescerem na forma de uma família presente e de empreendimentos prósperos.

Enquanto a conversa avança pela sala, a mão do veterano volta a repousar sobre o braço da poltrona. Ali, o pequeno rádio amador ganha um significado poético. Hoje, aquele mesmo sinal de rádio que corta o ar até a lavoura é o símbolo de uma conexão que nunca se rompe.

É a prova de que a história de Natalino Guidi não está escrita apenas no passado, mas sim em cada hectare cultivado, em cada máquina que roda no campo e na memória de uma família que segue, com orgulho, o caminho desbravado por um gigante do agronegócio.

ESG

Por onde **COMEÇAR?**

Em alta no mercado, agenda ESG pode ser incorporada por empresas de diferentes portes e segmentos, representando uma jornada de aperfeiçoamento contínua.

Cuidar da gestão de uma empresa é, por si só, um desafio e tanto. Por mais experiência que se tenha, lidar com a dinamicidade do mercado não é uma tarefa fácil e encontrar tempo para construir uma gestão sólida em meio às constantes mudanças dos setores é ainda mais complexo. Nesse cenário, deparar-se com a sigla ESG pode fazer muitos empresários acreditarem que estão diante de uma realidade distante, restrita a grandes organizações e altos investimentos.

A tendência é pensar que o tema exige estruturas robustas, equipes especializadas e certificações complexas. Mas a realidade é diferente. Cada vez mais consumidores, investidores e parceiros de negócios valorizam empresas comprometidas com práticas sustentáveis e responsáveis, independentemente do seu porte. Nesse novo contexto, além de fortalecer a reputação da marca, iniciativas alinhadas às práticas ESG podem gerar economia, aumentar a eficiência operacional, reduzir riscos e criar oportunidades de mercado.

Os números mostram que essa transformação já está em curso. De acordo com o Panorama da Sustentabilidade 2025 (Amcham), 76% das empresas brasileiras já adotam práticas sustentáveis — sendo 52% de forma estruturada e 24% consideradas líderes em seus setores (um crescimento de 5 pontos percentuais em relação ao estudo anterior). Além disso, 72% afirmam que a sustentabilidade faz parte da sua estratégia corporativa, índice que praticamente dobrou em relação à última edição do estudo.

Em alta, essa agenda pode ser incorporada por empresas de diferentes portes e segmentos e representa uma jornada de melhoria contínua, construída aos poucos, respeitando a realidade de cada negócio. A grande questão não deve ser questionar se a empresa é grande o suficiente para iniciar uma jornada ESG, mas sim entender qual o primeiro passo para transformar isso em realidade.

Por dentro da agenda

O termo *Environmental, Social and Governance* (ESG), traduzido como Ambiental, Social e Governança, reúne critérios utilizados para avaliar o quanto uma empresa desenvolve suas atividades de maneira sustentável, ética e responsável. Segundo o biólogo e especialista em ESG, Leonardo Vinicius Barboza, a definição do conceito no dia a dia dos negócios é direta e desmitificada.

"De forma simples, ESG é uma maneira mais ampla de olhar para uma empresa, indo além dos resultados financeiros, considerando também seus impactos ambientais, sociais e a forma como o negócio é administrado. Significa incorporar esses aspectos à gestão para entender os principais impactos, riscos e oportunidades relacionados ao negócio e transformá-los em ações e decisões."

O especialista destaca que o crescimento dessa pauta nos últimos anos está diretamente ligado ao mercado e às exigências de fornecimento. "Hoje, temos uma pressão maior de órgãos reguladores, bolsas, instituições financeiras e até consumidores para que as organizações sejam mais responsáveis e transparentes. Muitas pequenas e médias empresas passaram a ter contato com o tema justamente a partir de demandas de seus parceiros comerciais. Isso mostra como o ESG deixou de ser uma pauta restrita às grandes empresas", aponta.

Embora cada empresa tenha sua própria realidade, os três pilares funcionam de forma integrada. Confira na tabela abaixo, como funcionam esses pilares:

AMBIENTAL (E – ENVIRONMENTAL)	SOCIAL (S – SOCIAL)	GOVERNANÇA (G – GOVERNANCE)
Avalia a responsabilidade ecológica da empresa e a forma como suas operações interagem com o ecossistema.	Mede a qualidade das relações humanas cultivadas pela organização, no ambiente interno e externo.	Trata da arquitetura de liderança, ética e mecanismos de controle que orientam a tomada de decisões corporativas.
Além da reciclagem básica, esse pilar envolve o mapeamento e a redução ativa da pegada de carbono, a transição consciente para fontes de energia renovável e a eficiência no uso de recursos escassos, como a água potável.	Internamente, abrange políticas consistentes de saúde física, segurança ocupacional e bem-estar mental, além de iniciativas práticas de diversidade, equidade e inclusão que se reflitam na liderança e na equiparação salarial.	Este pilar assegura a integridade do negócio por meio de conselhos de administração independentes, políticas anticorrupção rigorosas, canais de denúncia anônimos com proteção ao denunciante e programas de compliance.
Contempla também a transição para modelos de economia circular, além da proteção à biodiversidade e da mitigação de riscos climáticos que possam impactar o fornecimento e a continuidade dos negócios a médio e longo prazo.	Externamente, examina a garantia dos direitos humanos em toda a cadeia de fornecedores, o relacionamento com os consumidores e o investimento social privado, direcionado para o desenvolvimento socioeconômico e o fortalecimento das comunidades ao entorno.	Envolve também a transparência na prestação de contas aos investidores e à sociedade como um todo, o tratamento ético de dados e cibersegurança, além da remuneração estratégica e coerente das figuras de lideranças.

Por onde começar?

Essa talvez seja a principal dúvida de empresários que desejam estruturar uma agenda ESG. A boa notícia é que não existe uma fórmula pronta nem um investimento mínimo para iniciar essa jornada.

"O primeiro passo é entender a realidade da empresa, seus principais impactos, riscos e oportunidades. Não existe uma estratégia ESG que funcione da mesma forma para todos os negócios. O mais importante é começar por aquilo que é realmente relevante, estabelecer objetivos possíveis e evoluir gradualmente, como um processo contínuo de melhoria", explica Barboza.

Uma boa estratégia para iniciar o processo é fazer perguntas simples sobre a rotina operacional, como: Onde estão os principais pontos de desperdício de material, água ou energia? Os resíduos gerados recebem a destinação adequada? Os colaboradores trabalham em um ambiente seguro, saudável e produtivo? A empresa possui processos formais, código de conduta e critérios claros de decisão?

Esse diagnóstico ajuda a identificar prioridades e evita que as diretrizes sejam tratadas apenas como um conjunto de ações isoladas. "Buscar informação é fundamental. O apoio das empresas que fazem parte da cadeia também pode ser muito importante, oferecendo orientação e suporte para que seus fornecedores consigam avançar, em vez de apenas estabelecer requisitos a serem cumpridos", detalha o biólogo.


Divulgação

Leonardo Barboza, biólogo especialista ESG

ESG na prática

A teoria da melhoria contínua ganha forma ao observar a trajetória de empresas que começaram menores e aprimoraram sua gestão à medida que expandiam suas operações. Um exemplo de referência é a Drul, empresa de soluções industriais e biotecnológicas, localizada em Sertãozinho (SP), que iniciou suas atividades com porte reduzido e, ao longo dos anos, consolidou sua presença no mercado aliando crescimento a práticas responsáveis.

Segundo Guilherme Moroço, CEO da Drul, a inserção da pauta ESG ocorreu como uma evolução natural do amadurecimento do negócio. "A Drul construiu sua trajetória baseada em inovação, proximidade com os clientes e crescimento sustentável. Com a evolução da empresa, entendemos que crescer também significava ampliar nossa responsabilidade com as pessoas, com o meio ambiente e com a forma como conduzimos nossos negócios."

Ao relembrar o início das ações e as primeiras mudanças internas, Moroço destaca que a governança e a cultura foram a base de tudo. "Nossa jornada começou pela estruturação da governança e pelo fortalecimento de práticas que já faziam parte da cultura da empresa. Evoluímos em processos de compliance, gestão ambiental, desenvolvimento de pessoas, saúde e segurança. O maior desafio foi transformar essas iniciativas em uma cultura organizacional, fazendo com que todos compreendessem que sustentabilidade não é responsabilidade de uma única área, mas de toda a empresa", conta.

Com a consolidação dessas práticas, vieram conquistas e reconhecimentos externos — como o selo *Great Place to Work* (GPTW), o Selo Verde e regularidades ambientais. Além da estruturação interna, o crescimento sustentável da Drul contou com parcerias estratégicas no ecossistema financeiro.

Desde 2019, a empresa é cooperada da COCRED, parceria que fortaleceu sua expansão desde o início. "A parceria com a COCRED tem sido um importante apoio para o crescimento sustentável da Drul. Contamos com uma instituição que compreende as necessidades do nosso negócio e oferece soluções financeiras alinhadas aos nossos objetivos. Construímos uma parceria baseada na confiança, proximidade e no propósito em comum de gerar desenvolvimento de forma responsável e sustentável", destaca Moroço.


Divulgação

Guilherme Moroço, cooperado da COCRED desde 2019

Para os empresários que ainda enxergam o ESG como uma realidade distante ou restrita a grandes corporações, a experiência do CEO de uma empresa que cresce com a agenda integrada desde 2019 prova o oposto. "O principal aprendizado é que ESG não depende do tamanho da empresa, mas da intenção de fazer a gestão de forma responsável. Nossa recomendação é começar pelo básico: garantir conformidade com a legislação, cuidar das pessoas, estruturar uma boa governança e identificar quais impactos ambientais e sociais fazem parte da realidade do negócio. Não é necessário fazer tudo de uma vez. O mais importante é iniciar com planejamento, consistência e compromisso de longo prazo", recomenda.



Olhando para o futuro, o especialista Leonardo Barboza reforça que a adoção de práticas sustentáveis e éticas não será mais apenas um diferencial, mas um pré-requisito de sobrevivência no mercado. "Quem não acompanhar esse movimento poderá encontrar mais dificuldades para acessar determinados mercados, participar de cadeias de fornecimento ou obter investimentos. A competitividade das empresas estará cada vez mais relacionada à sua capacidade de se adaptar e incorporar essas demandas."



Nova onda **WELLNESS**

Busca por saúde integrada e equilíbrio transforma rotinas, expande negócios e movimenta o mercado.

Com certeza você já ouviu falar sobre o universo *fitness* alguma vez na vida. Ele está presente em diferentes cenários do nosso dia a dia: no grupo de ciclistas que cruza a cidade antes mesmo do sol nascer, na turma do *crossfit* que você encontra enquanto vai para o trabalho, nas versões proteicas de produtos tradicionais que ocupam cada vez mais espaço nas prateleiras dos mercados, nos anúncios de roupas esportivas que aparecem nas redes sociais ou até naquela receita de chá "milagroso" que chega em algum grupo de conversa.

É difícil imaginar alguém que tenha passado ileso por esse movimento. Afinal, quem não aderiu à corrida de rua em 2026 ou, pelo menos, recebeu aquele convite despretensioso de um amigo dizendo: "vamos fazer uma prova às 6h, são só 5km, sem compromisso"?

Longe de ser apenas uma moda passageira, esse comportamento revela uma mudança na forma como as pessoas enxergam saúde, corpo e qualidade de vida. E, à primeira vista, todos esses exemplos podem ser facilmente associados à chamada onda fitness. De certa forma, eles realmente são. Mas existe um outro movimento crescendo em paralelo e, para muitos especialistas, até mais abrangente: o *wellness*.

Se *fitness* pode ser traduzido, de maneira simplificada, como "estar em forma", *wellness* está muito mais próximo da ideia de "bem-estar". E é nessa diferença, aparentemente sutil, que mora uma mudança importante de perspectiva e comportamento coletivo.

Durante muito tempo, falar em fitness remetia quase automaticamente à imagem do corpo "perfeito", do famoso "*shape*" acompanhado por uma rotina intensa de treinos. Hoje, essa visão já não dá conta da realidade. O conceito evoluiu. Ser *fitness* passou a envolver condicionamento físico, prevenção de doenças, desempenho esportivo, alimentação equilibrada, disposição para a rotina e uma relação mais saudável com o próprio corpo.

Ainda assim, o *wellness* amplia essa conversa. Enquanto o universo fitness costuma concentrar boa parte de sua atenção no desempenho físico, o *wellness* propõe olhar para o indivíduo de maneira integrada. O bem-estar deixa de depender apenas da força, da estética ou dos resultados na academia e passa a considerar também aspectos como saúde mental, qualidade do sono, gestão do estresse, lazer, conexões sociais e propósito de vida.

Em outras palavras, não basta apenas cuidar do corpo. A proposta é cuidar da pessoa por inteiro. Embora a palavra tenha ganhado força recentemente nas redes sociais, o conceito de *wellness* está longe de ser novo. Suas raízes podem ser encontradas em diferentes civilizações antigas, como Grécia, Roma, Índia e China, que já defendiam, cada uma à sua maneira, a importância do equilíbrio entre corpo, mente e hábitos de vida para alcançar uma existência mais plena.

Foi, porém, a partir da segunda metade do século XX que o termo passou a ganhar os contornos pelos quais é conhecido atualmente. Um dos principais responsáveis por essa popularização foi o médico norte-americano Halbert L. Dunn. Na década de 1960, ele defendia que saúde não deveria ser entendida apenas como ausência de doenças, mas como um processo contínuo de desenvolvimento do potencial humano.

Anos depois, pesquisadores, professores e autores ajudaram a ampliar essa visão, tornando o conceito cada vez mais acessível ao grande público. Isso significa popularizar a ideia de que pequenas escolhas do cotidiano fazem parte da construção do bem-estar.

Praticar exercícios físicos regularmente, como musculação, pilates, yoga ou dança, se alia a outras práticas, como meditação, momentos de lazer, alimentação equilibrada, boas noites de sono e até o cultivo de relações saudáveis.

Notadamente, à medida que essa visão ganhou espaço, o comportamento dos consumidores também mudou. Academias ampliaram seus serviços, estúdios especializados se multiplicaram, modalidades antes consideradas de nicho conquistaram novos públicos e o mercado passou a oferecer produtos e experiências voltados não apenas para quem busca desempenho físico, mas para quem deseja viver com mais equilíbrio.

Academias cheias

Celebrando 30 anos de academia em 2026, Rodrigo de Paula Amaral acompanha na prática essa mudança no comportamento de seus clientes e a forma como a busca por bem-estar tem atraído muito mais gente para dentro das academias. Fundada em 1996, em Viradouro (SP), quando Amaral ainda era um jovem de 17 anos apaixonado por esportes e praticante de karatê, a academia nasceu do incentivo


Rodrigo de Paula Amaral, cooperado da COCRED desde 2013

de seu professor da época. O que começou estritamente focado na musculação evoluiu ao longo das décadas e passou a agregar diferentes modalidades como dança, natação, ginástica e *spinning*.

Hoje, contando com nove colaboradores, a estrutura expandiu-se para duas unidades e prepara a inauguração da terceira. Segundo o empresário, o perfil do público mudou drasticamente no decorrer dos anos. Se em 1996 a busca era focada no treino de força e na estética, hoje o público, composto predominantemente por adultos e idosos, busca qualidade de vida, prevenção de lesões e reabilitação.

"Antigamente era mais a parte de treinamento e força, vinha mais a parte corporal e estética. Hoje é muita qualidade de vida. A quantidade de pessoas que praticavam na época triplicou ou até mais. Hoje, a atividade física e a academia são indicadas por qualquer médico que a pessoa procura", destaca Amaral.

Essa mudança de hábito fez inclusive com que as pessoas passassem a pular da cama mais cedo para priorizar a saúde. A primeira unidade da academia abre às 4h30 da manhã. "Melhorou muito o movimento nesse horário da madrugada. O pessoal está preferindo. A gente já abre a academia com o pessoal esperando na porta", relata o empresário.

É essa mudança de comportamento que ajuda a explicar o crescimento de diferentes segmentos ligados ao bem-estar. Se antes a academia era praticamente sinônimo de exercício físico, hoje ela divide espaço com modalidades que atendem objetivos e públicos distintos, evidenciando que o cuidado com a saúde pode seguir caminhos bastante diferentes.

Além da musculação

Apesar de ocupar um lugar de destaque entre os brasileiros, a musculação está longe de ser a única opção para quem busca incorporar a atividade física à rotina. Nos últimos anos, modalidades como corrida, yoga, funcional e, principalmente, o pilates, conquistaram espaço ao atender um público que busca não apenas desempenho físico, mas também qualidade de vida, prevenção de lesões e equilíbrio entre corpo e mente.

Criado pelo alemão Joseph Pilates no início do século XX, o método combina exercícios de força, mobilidade, flexibilidade, equilíbrio e controle da respiração. Diferentemente do que muita gente imagina, a prática não é indicada apenas para pessoas em reabilitação ou idosos. Hoje, é recomendada para públicos de diferentes idades e objetivos, desde atletas de alto rendimento até pessoas sedentárias que desejam iniciar uma rotina de exercícios de forma gradual.

Essa popularização reflete diretamente na rotina de estúdios especializados. À frente da Cordial Pro, em São José do Rio Preto (SP), o fisioterapeuta Leonardo Pires vivencia essa ascensão do pilates, com destaque para o clínico e focado na promoção de saúde. Na clínica, que conta com uma equipe de sete profissionais — sendo quatro dedicados exclusivamente ao pilates —, o atendimento é realizado de forma personalizada, com no máximo três alunos por profissional.

Pires destaca que a procura pela modalidade cresceu expressivamente, impulsionada por um público que busca tratar e prevenir dores, mas acaba descobrindo no pilates um novo estilo de vida.

"A nossa principal característica de trabalho é o pilates clínico. A maior parte dos pacientes chega apresentando algum problema crônico ou quadro agudo de dor. O pilates entra como uma forma de tratamento e, depois de um tempo, as pessoas percebem o benefício e se mantêm praticando como uma manutenção da saúde, para evitar novos problemas", explica o fisioterapeuta.

O combustível dessa mudança

Independentemente da modalidade escolhida, a prática regular de exercícios costuma vir acompanhada de uma atenção maior à alimentação. É um movimento quase natural. Quem começa a frequentar uma academia, correr, praticar pilates ou qualquer outra atividade física passa, muitas vezes, a buscar uma alimentação mais equilibrada e adequada aos seus objetivos.

É nesse momento que a suplementação entra na conversa. Durante muito tempo, suplementos alimentares carregaram uma imagem bastante associada ao fisiculturismo e ao ganho de massa muscular.

Atualmente, esse cenário é outro. Embora continuem sendo importantes aliados para quem busca hipertrofia ou desempenho esportivo, eles também passaram a fazer parte da rotina de pessoas com objetivos como melhorar a recuperação muscular, complementar nutrientes, aumentar a disposição ou simplesmente contribuir para uma alimentação mais equilibrada.

Ainda assim, especialistas reforçam que suplementos não substi-


Leonardo Pires e Paula Medina, cooperados COCRED

Divulgação

tuem refeições nem representam soluções milagrosas. Seu papel é complementar a alimentação quando existe uma necessidade específica, sempre respeitando as características e os objetivos de cada pessoa.

Há mais de 15 anos no mercado, os irmãos Júlio e Willian Zara acompanharam parte dessa transformação. O que começou com a venda de suplementos em um quarto de casa, em Jardinópolis (SP), tornou-se uma empresa consolidada na região, com duas lojas físicas, uma em Jardinópolis e outra em Brodowski, marca própria e um público cada vez mais diverso.

Segundo Willian, o perfil do consumidor mudou significativamente nos últimos anos. "Há alguns anos, a maior parte das pessoas procurava suplementos com foco na estética ou no desempenho esportivo. Hoje, percebemos uma mudança muito clara no perfil do consumidor, que passou a valorizar cada vez mais a saúde, a prevenção e a qualidade de vida", afirma. De acordo com o empresário, a suplementação passou a fazer parte da rotina de pessoas de diferentes idades, interessadas em viver melhor e manter hábitos mais saudáveis.

Ao mesmo tempo em que esse mercado cresce, aumentam também as dúvidas e os mitos em torno dos suplementos. Creatina, *whey protein* e a real necessidade de suplementar estão entre as perguntas mais frequentes dos consumidores. "Sempre reforçamos que suplementos não substituem uma boa alimentação, mas podem ser grandes aliados da saúde e da qualidade de vida quando usados com orientação", destaca Willian.

Por isso, o atendimento começa antes da escolha de qualquer produto. "Buscamos entender os objetivos, a rotina, a condição de saúde e os hábitos de cada cliente antes de indicar qualquer suplemento. Acreditamos que orientar corretamente é mais importante do que simplesmente vender", explica o empresário.

Parceria estratégica

Por trás da trajetória de sucesso e expansão desses empreendimentos em crescimento na onda *wellness*, existe um ponto em comum: o apoio do cooperativismo. Tanto a academia de Rodrigo Amaral quanto o estúdio de Leonardo Pires e a rede de lojas de suplementos dos irmãos Zara são cooperados da COCRED.

Essa relação próxima com a cooperativa tem sido um pilar decisivo para o fortalecimento e a evolução desses negócios na região. Cooperado desde 2013, Amaral destaca a importância dessa parceria para a história da sua empresa. "É um diferencial enorme para gente. Eu estou até hoje e só tenho a agradecer pela cooperativa. É maravilhoso trabalhar com a COCRED, ainda mais em cidade pequena, onde todo mundo se conhece", ressalta.

O modelo cooperativista possibilita tanto o acesso ao crédito para investimentos estruturais, como reformas, aquisição de novos equipamentos e abertura de novas filiais, como também garante um atendimento humanizado e focado no desenvolvimento da comunidade local.

Seja na academia, no estúdio de pilates ou à mesa, cuidar da saúde envolve escolhas que se complementam. E, assim como o bem-estar é construído no dia a dia, o crescimento dos negócios também depende de decisões sólidas. Ao apoiar empresas que crescem junto com as necessidades da população, o cooperativismo contribui para o fortalecimento da economia e desenvolvimento local.



Júlio e Willian Zara, cooperados COCRED





JOVEM COOPERADO

Tradição que molda **DESTINOS**

Aos 26 anos, Giovanna Toledo une a paixão pelos cavalos e a pecuária para dar continuidade ao legado familiar e expandir horizontes no campo.

O fruto não cai longe do pé. O ditado popular não poderia descrever melhor a vida da jovem Giovanna Toledo e sua relação com suas raízes materna e paterna. Foi dentro de casa, ou melhor, da fazenda, que ela aprendeu as principais lições da vida e onde, guiada pelo exemplo e pela vocação, encontrou o seu lugar no mundo.

Desde a infância, Giovanna nunca se importou com a terra que sujava suas botas, tampouco se intimidou com a imponência dos cavalos mais teimosos que precisou domar ao longo dos anos, pois a sensação de liberdade que sentia durante as montarias sempre fez cada desafio valer a pena.

Neta de Marcão Toledo, uma referência na montaria que teve seu nome eternizado no *Hall* da Fama da Associação Brasileira dos Criadores de Cavalo Quarto de Milha (ABQM) em 2012, em reconhecimento aos anos dedicados ao treinamento e às competições da raça, Giovanna se diverte ao constatar o quanto os laços familiares e o cotidiano no campo moldaram suas escolhas.

"Não tinha como eu fugir disso. Não tinha nem como não querer seguir por esse caminho", brinca a jovem, que cresceu na zona rural de Agudos (SP) e começou a montar aos 5 ou 6 anos de idade, sem jamais ter interrompido essa relação com os animais. Ela traz nas veias uma dupla herança do universo agro: por parte de pai, a ligação visceral com a equinocultura; por parte de mãe, o amor e o conhecimento dedicados à lida pesada com o gado ao lado de tios e primos.

Nesse ambiente, a transição para as competições na modalidade de Três Tambores acabou surgindo como um passo completamente natural. No entanto, a consolidação profissional exigiu maturidade, busca por novas experiências e um importante desvio de rota. Embora tenha se formado na faculdade de Recursos Humanos, a rotina corporativa tradicional sempre passou longe de ser seu objetivo de vida.

"Me formei em RH, mas nunca quis exercer uma profissão que precisasse ficar dentro de escritório. Sempre quis estar no campo", reflete. Essa clareza de que seu lugar era ao ar livre a levou a expandir horizontes e morar nos Estados Unidos, onde trabalhou diretamente com cavalos, aperfeiçoando suas técnicas e vivenciando a dinâmica do setor no exterior.

De volta ao Brasil, atuou em Bauru (SP) até que, em 2022, decidiu transformar a paixão de infância definitivamente em negócio, passando a ministrar aulas de Três Tambores e equitação, migrando em seguida para o haras do pai.

Aos 26 anos, Giovanna hoje administra seu próprio centro de treinamento de equitação em Piratininga (SP), um espaço que leva seu nome e atende, em média, 30 alunos entre adultos e crianças. Além de preparar os frequentadores para as provas técnicas de Três Tambores, o local funciona como um refúgio para quem busca contato com a natureza e o desenvolvimento da disciplina, da aptidão física e dos valores transmitidos pelo convívio diário com os animais.

Paralelamente, o lado materno ligado à pecuária ganhou corpo em 2021 com a fundação da Agropecuária São José. Como sócio-proprietária da empresa, Giovanna divide os dias entre a gestão do gado de corte e os cuidados com os equinos, unindo as duas vertentes herdadas da família.

"A gente projeta crescer cada vez mais. Começamos bem de baixo. Mesmo tendo toda a estrutura familiar, se a gente não correr atrás, não cai do céu. Precisa meter a cara e ir para cima. Sempre pedindo para Deus ajudar, que vai dando certo"



Foi também por meio do convívio familiar e da necessidade de estruturar o crescimento dos negócios que Giovanna conheceu a COCRED. A instituição financeira cooperativa tornou-se uma parceira estratégica para a gestão e a expansão contínua de seus empreendimentos, tanto no centro de treinamento quanto na agropecuária.

Como jovem cooperada, ela encontrou no cooperativismo de crédito um modelo fundamentado no atendimento próximo, no suporte mútuo e no incentivo direto às novas gerações que movimentam a economia rural. "Me sinto bem na agência. Tem bancos que você vai e as pessoas ficam olhando, parece que você é de outro mundo, porque anda de bota, camisa... Lá na cooperativa não tem isso, a gente se sente em casa", destaca.

A atuação da COCRED desempenha um papel fundamental ao apoiar jovens empreendedores no campo, oferecendo soluções financeiras adaptadas à realidade de cada cooperado e impulsionando o desenvolvimento regional. Esse modelo humano garante que a tradição familiar siga firme, dando a segurança necessária para que a nova geração continue investindo, inovando e prosperando em diferentes segmentos.

Com essa base sólida, Giovanna mantém o foco na expansão das empresas, ciente de que o legado familiar é um pilar forte, mas que o sucesso exige empenho constante. "A gente projeta crescer cada vez mais. Começamos bem de baixo. Mesmo tendo toda a estrutura familiar, se a gente não correr atrás, não cai do céu. Precisa meter a cara e ir para cima. Sempre pedindo para Deus ajudar, que vai dando certo", afirma a jovem, que vislumbra perpetuar esse legado pelas próximas gerações: "Quero continuar, seguir com meus filhos no futuro e manter essa tradição da nossa família", diz.

Corrida SERRANA

Em abril, a Corrida COCRED em Dupla voltou a ocupar as ruas de Serrana (SP), reunindo cerca de 900 participantes em uma manhã dedicada ao esporte, ao bem-estar e ao cooperativismo.

Realizada desde 2019, a iniciativa reuniu pessoas de diferentes idades e perfis, incluindo crianças, adultos, idosos e pets, em um grande encontro de incentivo a hábitos saudáveis.

A edição de 2026 contou com três modalidades: caminhada de 5 km, corrida de 5 km e corrida de 10 km. A prova também ampliou seu impacto social ao adotar a inscrição solidária, fortalecendo o compromisso da COCRED com as comunidades onde está presente.



Arena COCRED

A primeira edição do Arena COCRED levou esporte, música, lazer e cooperativismo a cinco municípios da região: Sertãozinho, Pontal, Morro Agudo, Terra Roxa e Barrinha.

Ao todo, cerca de 5 mil pessoas participaram das atividades, que transformaram os espaços preparados pela cooperativa em pontos de encontro para toda a família.

Com telões, atrações musicais, ativações, distribuição de brindes e praça de alimentação, o evento aproximou a COCRED das comunidades onde está presente e criou novas oportunidades de relacionamento com cooperados e futuros cooperados.

A iniciativa também movimentou a economia local, com a participação de mais de 140 profissionais na realização dos eventos, além de comerciantes, ambulantes e fornecedores.



Conhecimento **que transforma**

Em março, a COCRED celebrou a formatura da primeira turma do MBA Cooperativismo de Crédito e Agronegócio, programa de pós-graduação *in company* desenvolvido em parceria com o Instituto Pecege. A cerimônia reuniu, no Centro Administrativo, em Sertãozinho, os 68 colaboradores que participaram da formação, além de familiares e representantes das instituições envolvidas. Com 360 horas de conteúdo, o curso foi estruturado para atender às necessidades da cooperativa e combinou aulas on-line e encontros presenciais conduzidos por professores da ESALQ/USP. Alinhada ao quinto princípio do cooperativismo, Educação, Formação e Informação, a iniciativa preparou profissionais para enfrentar novos desafios com visão sistêmica, capacidade analítica e protagonismo.

Somos **hexa!**

Pelo sexto ano consecutivo, a COCRED foi reconhecida pelo *Great Place To Work* (GPTW) como uma excelente empresa para trabalhar no Brasil. A certificação, conquistada a partir da percepção dos próprios colaboradores, evidencia a cultura da cooperativa baseada em confiança, respeito, cooperação, desenvolvimento e cuidado com as pessoas. O hexa também refletiu o trabalho de um time que coopera, supera desafios e contribui para transformar a vida de milhares de cooperados e suas famílias.

COCRED + negócios

Ao longo de 2026, a COCRED esteve presente nas principais feiras do agronegócio, fortalecendo o relacionamento com produtores, empresas e parceiros e criando oportunidades para novos negócios.A cooperativa participou de eventos como a Agrishow, a Agronegócios Copercana, a FEMEC, a Expozebu, a Fenasucro & Agrocana e a Megacana, acompanhando de perto as transformações e os desafios do setor. Na 31ª edição da Agrishow, a COCRED encerrou sua participação com mais de R$ 450 milhões em prospecção de novos negócios. O resultado ganhou ainda mais relevância diante do cenário desafiador do agronegócio e da retração registrada nas intenções de negócios da própria feira.













+ INFORMAÇÃO



Atenção, cooperado! Golpe novo no radar

A ***COCRED*** faz um importante alerta aos cooperados: criminosos estão utilizando uma técnica que permite exibir, na tela do celular, o número oficial da cooperativa durante uma ligação. Embora o telefone pareça ser da COCRED, a chamada não é realizada pela cooperativa.

Esse tipo de fraude, conhecido como falsificação de identificação de chamadas (*spoofing* telefônico), faz com que o golpista consiga "disfarçar" o número de origem da ligação, aumentando a credibilidade do contato e tentando convencer a vítima a fornecer informações ou realizar operações financeiras.

Durante a ligação, os criminosos podem utilizar diferentes argumentos, como supostos bloqueios de conta, necessidade de atualização cadastral, tentativa de fraude, reativação de serviços ou outras situações de urgência. Em alguns casos, eles também podem citar o nome do gerente ou da agência para tornar a abordagem ainda mais convincente.

Fique atento!

A COCRED não solicita por telefone:

- senhas de acesso;
- códigos de autenticação;
- dados completos de cartões;
- transferências ou pagamentos para validação de segurança;
- qualquer movimentação financeira para "proteger" sua conta.

Caso receba uma ligação com esse tipo de solicitação, interrompa a conversa imediatamente.

Mesmo que o número exibido seja o telefone oficial da sua agência, desconfie. A identificação apresentada na tela pode ter sido falsificada pelos criminosos.

O que fazer se receber uma ligação suspeita?

- Não informe dados pessoais, senhas ou códigos de confirmação;
- Não realize transferências ou pagamentos solicitados durante a ligação;
- Encerre a chamada imediatamente;
- Entre em contato com a COCRED por um canal oficial, como seu gerente de relacionamento ou diretamente em sua agência.

A prevenção continua sendo a melhor forma de combater golpes. Em caso de dúvida, interrompa a ligação e confirme as informações diretamente com a COCRED antes de realizar qualquer ação.

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

Em Ocauçu (SP), a história da COCRED se confunde com a vida de Adelino Carlos Colombo, transformando proximidade em desenvolvimento.

Caminhar pelas ruas de Ocauçu (SP) é vivenciar a essência das pequenas cidades do interior paulista, onde todo mundo se conhece pelo nome, a palavra vale mais do que qualquer contrato e a confiança se constrói no café compartilhado. Com menos de 4,5 mil habitantes, a cidade tem no cooperativismo uma parte importante da vida cotidiana. Proporcionalmente, quase 30% da população de Ocauçu é associada à COCRED. O percentual, calculado a partir da relação entre o número de cooperados da agência e a população do município, segundo o último Censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), revela que aproximadamente três em cada dez moradores da cidade são cooperados.

Muito desse resultado é fruto do trabalho de quem fincou raízes e construiu essa história junto com a comunidade: Adelino Carlos Colombo. Nascido e criado em Ocauçu, Colombo traz no olhar o pertencimento de quem conhece bem a cidade, suas pessoas e as histórias que fazem parte dela. Formado em Administração de Empresas e técnico agrícola, ele já carregava no currículo a proximidade com o campo quando conheceu o cooperativismo, em 2001, na antiga cooperativa CredPauli.



Com a incorporação pela COCRED, em 2007, assumiu a liderança da agência local e iniciou uma jornada que ultrapassa duas décadas de dedicação e orgulho profissional. A trajetória do gerente se confunde com a própria evolução da agência na cidade. No início, o atendimento acontecia em uma estrutura modesta, movida por braços fortes e muita determinação. O crescimento da cooperativa em Ocauçu não veio de grandes campanhas, mas do olhar atento, do aperto de mão e da certeza de que o cooperado não é um número, mas um vizinho, um amigo, um parceiro de vida.

"Começamos na cidade em um prédio pequenininho. O espaço era bem pequeno e éramos só em dois funcionários. Com o tempo fomos evoluindo, fomos conquistando o povo e os cooperados, e tivemos uma grande evolução aqui", conta. A transformação ganhou um novo capítulo quando a agência passou a funcionar em um prédio maior e mais estruturado. "Quando foi em 2015, inaugurou um prédio novo, com um espaço muito bom para atender os cooperados, e mudou muito", relembra.

Acompanhando a evolução da agência, Colombo testemunha de perto as transformações da própria comunidade. É essa proximidade, construída ao longo dos anos, que também ajuda a explicar a força do cooperativismo no município. "A gente tem bastante contato com os cooperados e consegue trabalhar, fazer visita e conquistar cooperados novos também. O tempo passa e a gente vai evoluindo junto com a cidade", afirma.



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.

Disponível em Google Play

Disponível em App Store

COCRED

Mais parceria. Mais proximidade.

SICOOBCOCRED