

FOLHA DA CENTRAL

Ano XXIX • Nº 365 • Março/2026

SICOOB
Central Ceregrne



REUNIÃO REGIONAL

Lideranças de BH, Região Metropolitana e Zona da Mata se reúnem para balanço de resultados

Páginas 4 e 5

CAMPEONATO MINEIRO

10 anos como patrocinador máster: Sicoob transforma presença em campo em resultados expressivos

Páginas 6 a 8

PROGRAMA

Sicoob Credesp celebra resultados de 2025 e avança no voluntariado

O I Workshop Voluntários Transformadores do Sicoob Credesp, realizado em 21 de fevereiro, reuniu cerca de 50 participantes em uma manhã dedicada ao reconhecimento, à transparência e ao fortalecimento das ações de impacto social da Cooperativa. Idealizado pela área de Cidadania e Sustentabilidade, o encontro marcou a consolidação do voluntariado como pilar estratégico da instituição.

Durante o evento, foram apresentados os resultados alcançados ao longo de 2025, período em que o Sicoob Credesp desenvolveu 465 ações sociais por meio de programas do Instituto Sicoob e iniciativas próprias. Ao todo, 66 voluntários estiveram cadastrados, sendo 57 efetivamente engajados, somando mais de 500 horas de trabalho voluntário e impactando mais de 16 mil pessoas.

Entre as iniciativas de destaque estão o programa Start Jovem, com atividades voltadas à educação financeira, cooperativista, empreendedora e ambiental para estudantes do ensino médio de escolas públicas e privadas, além de participantes do programa Jovem Aprendiz da CDL Acibom (Câmara de Dirigentes Lojistas e Associação Comercial de Bom Despacho). Também ganharam relevância as Clínicas Financeiras Virtuais, que ultrapassaram 100 atendimentos individualizados, ampliando o acesso à orientação financeira.

A *workshop* contou com a entrega de certificados de horas dedicadas para todos os voluntários que atuaram em 2025 e com a premiação das quatro pessoas que foram destaque no Programa Voluntário Transformador. “Esse programa é vital para o desen-

volvimento das ações educacionais, sociais e ambientais do Sicoob Credesp. Por meio dessa equipe, conseguimos viabilizar maior capilaridade para a área de Cidadania e Sustentabilidade, garantindo que o impacto da Cooperativa nas comunidades onde atuamos se torne real. É importante destacar que o trabalho voluntário contribui para o desenvolvimento de novas habilidades e para a internalização de valores alinhados ao nosso modelo cooperativista, como cooperação, respeito, valorização humana, sustentabilidade e inovação”, destacou o analista de Cidadania e Sustentabilidade, Gabriel Silva Soares.



A voluntária Marina Juscele de Sousa Araújo ficou em 1º lugar no Programa de Valorização ao Voluntário Transformador no ano de 2025 e ganhou uma viagem para o Maquiné Park Hotel

O evento também marcou o lançamento da segunda edição do Programa de Valorização ao Voluntário Transformador, que chega com ajustes e novas categorias para ampliar o reconhecimento dos participantes. A expectativa é aumentar ainda mais a adesão e o engajamento nas ações previstas para 2026.

A programação incluiu ainda a palestra do jornalista, escritor e professor, Tio Flávio, com apoio do Sistema Ocemg. Ele trouxe reflexões sobre o papel do voluntariado na transformação social. Ao compartilhar experiências pessoais, o palestrante destacou a importância da mudança individual como ponto de partida para impactar a coletividade, sintetizando sua mensagem na frase: “antes de mudar o mundo, dê três voltas em casa”.

INSTITUCIONAL

SICOOB CENTRAL CECREMGE

O NOSSO PROPÓSITO

Conectar pessoas para promover justiça financeira e prosperidade.



A NOSSA VISÃO

Proporcionar a melhor experiência financeira aos nossos cooperados.

SEMINÁRIO

Centrais de Minas recebem profissionais de todo o país para alinhamento de supervisão

Com foco em fortalecer a atuação integrada e aprimorar os mecanismos de controle e supervisão, o Sicoob Central Cecremge e o Sicoob Central Crediminas foram anfitriãs no Seminário de Supervisão Auxiliar, coordenado pelo Centro Cooperativo Sicoob (CCS), nos dias 5 e 6 de março, no Tauá Resort, em Caeté (MG). Marcando o primeiro encontro do ano, o evento reuniu diretores de riscos e profissionais das áreas de supervisão, gestão de riscos e controles das centrais de cooperativas de todo o país e do CCS, promovendo um ambiente estratégico de troca de experiências, alinhamento e evolução conjunta.

Realizado em formato imersivo, que favorece a proximidade entre os participantes, o encontro foi além das apresentações técnicas e se transformou em um momento de escuta, reflexão e conexão entre as equipes das centrais e do CCS. “Essa busca por alinhamento não é apenas uma diretriz interna, mas também uma resposta à demanda do Banco Central, que tem reforçado a importância de uma atuação mais uniforme nas atividades de supervisão auxiliar. Nesse contexto, o seminário contribui diretamente para o fortalecimento e a proteção do Sistema”, explicou o diretor de Controle, Risco e Supervisão da Central, Paulo César Gomes Guerra.

Ao longo da programação, temas estratégicos trouxeram à tona os principais desafios e movimentos do cenário atual. Um dos pontos de maior atenção foi a apresentação da nova metodologia SRC (Sistema de Avaliação de Riscos e Controles) do Banco Central, que inaugura uma nova lógica de supervisão do sistema cooperativo de crédito e exige do CCS e das centrais um acompanhamento cuidadoso, avaliando a necessidade de revisão de processos, práticas e estruturas de controles e supervisão.

Outro destaque foi a discussão sobre a Resolução Conjunta nº 14, considerada um dos temas mais sensíveis do momento. Os ajustes na metodologia de simulação, apresentados durante o encontro, trouxeram uma nova perspectiva para as cooperativas, que reforça a importância do acompanhamento próximo e estruturado por parte das centrais. Foram objeto de destaque também outras normas que impactam a supervisão auxiliar e devem ter a atenção da governança, além do cenário econômico e político que trazem reflexos para as cooperativas de crédito, sempre reforçado pelo diretor de Riscos do CCS, Rubens Rodrigues, a necessidade da coordenação e alinhamento sistêmico.

“A agenda também incluiu o retorno do painel de boas práticas, com a apresentação de iniciativas conduzidas pelas Centrais mineiras, estimulando a construção coletiva de conhecimento e a disseminação de soluções que já vêm gerando resultados positivos no Sistema”, comentou o gerente de Supervisão Auxiliar da Central, Warley Mateus.

Temas como Res. CMN 4.966 – Resultados, Evoluções e Desafios, Inteligência Artificial, Projeto Sistêmico de Riscos e Segurança Cibernética, cobrança centralizada e monitoramento de cooperativas por meio de ferramentas gerenciais também foram abordados, ampliando a visão dos participantes sobre supervisão e eficiência operacional e trazendo orientações práticas para o dia a dia das equipes.

Estruturado para ocorrer trimestralmente e de forma itinerante entre as centrais, o seminário promove aprendizado contínuo, redução das assimetrias e fortalece o relacionamento entre os profissionais.

“Um dos grandes destaques é o formato do evento. Nos intervalos e nas conversas informais, surgem ideias valiosas que, mesmo não pautados, fazem diferença na evolução dos processos e na solução de desafios comuns”, concluiu a gerente de Controladoria e Riscos da Central, Cláudia Miranda.



REUNIÃO REGIONAL

Encontro apresenta resultados de 2025 e as metas e desafios para os próximos anos

No dia 4 de março, o Sicoob Central Ceregrange se reuniu com lideranças das cooperativas filiadas de Belo Horizonte, Região Metropolitana e Zona da Mata mineira na Reunião Regional do 1º semestre de 2026, encerrando o ciclo de encontros que apresentaram resultados, desafios e estratégias do Sistema Regional.

O evento, realizado em Belo Horizonte (MG), teve a abertura conduzida pelo presidente do Conselho de Administração da Central, Luiz Gonzaga Viana Lage, que destacou a importância da cooperação entre as filiadas. Ele também comemorou os bons resultados de 2025 e falou dos novos desafios. “Encerramos o ano com números muito positivos, mas ainda precisamos avançar em eficiência operacional. As cooperativas têm potencial para produzir mais, com maior foco na comercialização de produtos e serviços.”

O diretor Financeiro e de Desenvolvimento, Samuel Flam, apresentou os resultados do exercício, com sobra de quase R\$ 107 milhões que estará à disposição da AGO, com proposta de destinação de R\$ 20 milhões para o Fundo de Comunicação e Marketing e R\$ 87 milhões destinados proporcionalmente às cooperativas e incorporados ao capital de cada uma. Ele destacou que, em valores brutos, a Central está devolvendo o equivalente a 10 vezes a taxa de manutenção cobrada em 2025, que permanecerá inalterada.

Outro ponto destacado foi o crescimento da centralização financeira, que passou de cerca de R\$ 17 bilhões, em 2024, para praticamente R\$ 22 bi-

lhões ao final de 2025. A carteira de crédito do Sistema Regional cresceu 8,74%, enquanto a carteira de depósitos avançou 10,21%. Já o capital social cresceu 11,26% e o patrimônio líquido, 5,88%. Apesar da expansão, Samuel ressaltou que o cenário econômico exige cautela, em função das elevadas taxas de juros e da redução do crédito no mercado.

Em seguida, o superintendente Administrativo e Financeiro, Geraldo Martins, apresentou os resultados individuais das cooperativas, destacando as três que tiveram maior avanço e as três que registraram recuo nos indicadores de operações de crédito, depósitos, centralização financeira, capital social e patrimônio líquido. Ele também realizou a prestação de contas do Fundo de Assistência Técnica, Educacional e Social (FATES) de 2025.

Em relação ao Teto Orçamentário (Gerenciamento Matricial de Despesas), foi destacado o compromisso de manter os gastos abaixo do orçamento. “Em 2025, a Central utilizou 85,5% do teto. Para 2026, o Teto Orçamentário previsto é de aproximadamente R\$ 47 milhões, 4,67% acima do Teto de 2025, com a meta de manter o equilíbrio financeiro e evitar aumento da taxa de administração”, enfatizou o superintendente.

O encontro também tratou de regulamentação e gestão de riscos. O diretor de Controle, Risco e Supervisão, Paulo César Gomes Guerra, falou sobre a Resolução Conjunta nº 14, publicada em 3 de novembro de 2025 pelo Banco Central do Brasil e pelo Conselho Monetário Nacional, que altera a metodologia de apuração do limite mínimo de capital social integralizado e de patrimônio líquido das instituições financeiras e demais instituições autorizadas a funcionar pelo Bacen, com implementação gradual entre 1º de julho de 2026 e janeiro de 2028. “O objetivo da nova norma é fortalecer a solidez e a estabilidade do sistema financeiro nacional. Mitigar riscos antes que eles se materializem”, explicou Paulo César. Ele destacou ainda que o sistema cooperativo, por meio da Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), solicitou ao



Banco Central que a reserva legal das cooperativas de crédito seja considerada na composição do capital mínimo, o que permitirá o enquadramento

das filiadas. “Nossa orientação é que as singulares aguardem essa decisão antes de fazerem mudanças estatutárias”, enfatizou.

INVESTIMENTOS EM COMUNICAÇÃO PROJETAM O SICOOB PARA GERAR NOVAS OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS

A diretora de Comunicação, Tecnologia e Negócios, Valéria Matos, trouxe para o encontro a apresentação dos resultados do plano de Comunicação e Marketing Regional de 2025, com o balanço dos investimentos da ordem de R\$ 17 milhões, de um orçamento de R\$ 25 milhões. “Vamos dar continuidade a essas iniciativas, aprofundando ainda mais o fortalecimento do Sicoob em Minas, por meio da consolidação da marca e do crescimento sustentável dos negócios. E, para 2026, pretendemos ampliar a base e o engajamento de cooperados, mantendo o foco na presença regional e na conexão com os mineiros”, destacou.

Para este ano, estão previstos R\$ 40 milhões em novos investimentos dentro dos mesmos pilares de atuação da marca Sicoob: Esporte, Dramaturgia e Música. Cerca de R\$ 11 milhões serão voltados para mídia, somando os canais digitais e *offline*, com alcance de público estimado em mais de 1,2 bilhão de impressões/impactos.

Valéria informou também que foi criada pelas duas Centrais mineiras uma Política Integrada de Patrocínios, com regras claras para decidir, executar e medir a relevância dos patrocínios com mais consistência. “O desafio é fazer as melhores escolhas para esses investimentos. O patrocínio precisa ir além da presença de marca: deve se reverter em impacto com expressivo alcance, relevância e reputação, e também em negócios, com *leads* qualificados, oportunidades e aumento de participação em produtos”, explicou.

Entre as novas ações, está prevista uma campanha de capitalização, estruturada pelas duas Centrais para ampliar o capital social das cooperativas. A iniciativa tem o lançamento previsto para o início do mês de abril. Também foi anunciada a contratação de uma assessoria de imprensa conjunta com a Central Crediminas, com o objetivo de ampliar a presença do Sicoob na mídia e reforçar a visibilidade institucional do Sistema Regional. “O Sicoob é hoje o maior empregador privado do estado. Informações como essa precisam ganhar espa-



ço, mostrando a relevância e a força do cooperativismo de crédito em Minas”, enfatizou.

Sobre a Gerência de Negócios, a diretora apresentou dados relativos à educação financeira, principalidade e prospecção de associados. Também foram abordados temas como Índice de Eficiência Operacional (IEO), gestão, provisão e segurança cibernética, orientando que cada cooperativa analise seus indicadores e desenvolva planos de ação para alinhar seus objetivos e metas.

“Apesar do crescimento de 165% das cooperativas filiadas entre 2020 e 2025, o índice de principalidade ainda é pequeno. A estratégia agora é ampliar o percentual por aderência de produtos, por meio da adesão aos cartões, seguro de vida e consórcio, fortalecendo o relacionamento e ampliando as receitas, com acompanhamento via Sisbr. É importante ter em mente também que todas as ações comerciais e de comunicação das cooperativas precisam seguir o mapa estratégico do Sicoob para atingir os indicadores planejados”, avaliou Valéria Matos.

Para finalizar, ela informou que o Centro Cooperativo Sicoob (CCS) prevê projetos estratégicos entre 2026 e início de 2027, que buscam melhorar eficiência, crédito e crescimento da base. Entre eles estão: crédito compartilhado entre cooperativas, novo motor de crédito com análises mais rápidas, capital de giro para exportadores, melhorias no risco sacado, plataforma de financiamento de veículos e portabilidade via *Open Finance*. A meta é padronizar políticas, automatizar operações de até R\$ 50 mil, reduzir custos e ampliar escala, incluindo os canais digitais.

MINEIRO SICOOB

Estratégia integrada entre Centrais de Minas supera 169 milhões de impactos e retorno 100 vezes maior ao investimento

Ao longo de uma década, o Sicoob vem consolidando sua presença dentro dos campos mineiros, com o patrocínio ao Campeonato Mineiro Sicoob. Mais do que incentivar a competição, a iniciativa fortalece a visibilidade da marca em todo o território mineiro, refletindo uma atuação estratégica e consistente. Esse trabalho é resultado da intercooperação entre o Sicoob Central Cecremge e o Sicoob Central Crediminas, que, de forma integrada, conduzem a estratégia de comunicação e ampliam o alcance das ações ano após ano. Em 2026, essa união mostrou sua maturidade com resultados que tiveram um crescimento na ordem de 112,6% em relação à 2025, evidenciando a evolução do trabalho e o impacto cada vez maior da marca.

Com atuação integrada entre canais *on* e *offline*,

a campanha ampliou o alcance, fortaleceu o engajamento e potencializou os resultados. A estratégia combinou mídia de massa e performance digital, com presença em TV e rádio, mídia exterior em pontos estratégicos de Belo Horizonte e ações em plataformas como Meta Ads, YouTube, TikTok, Spotify e mídia programática.

Ao todo, foram registrados mais de 169,5 milhões de impactos de mídia, considerando TV aberta, rádio, mídia exterior (OOH) e plataformas digitais. A exposição também se refletiu em quase sete mil minutos de transmissão televisiva e 1.085 minutos de cobertura em TV e rádio (que superou as expectativas, com entregas acima do planejado). A exposição alcançada superou R\$ 2,65 bilhões em mídia, o que na prática significa um retorno mais de 100 vezes maior que o valor investido.

CONTEÚDO E INFLUENCIADORES AMPLIARAM A CONEXÃO DO PÚBLICO COM A MARCA

Um dos destaques do plano de mídia deste ano foi o uso estratégico de influenciadores e conteúdos humanizados para aproximar a marca do torcedor.

A parceria com a influenciadora Carina Pereira, por exemplo, alcançou mais de três milhões de visualizações e mais de 60 mil interações, mostrando como a campanha conquistou o público e reforçou a presença do campeonato no digital.

Outras iniciativas incluíram parcerias com o ilustrador Dani Arte, que produziu releituras de lances do campeonato e teve um alcance de

116.973, com mais de 13 mil interações, e a ação “Pod Ônibus”, que levou um influenciador a interagir diretamente com torcedores no transporte público de Belo Horizonte, trazendo um formato mais espontâneo e próximo da realidade do público, tendo 742.079 visualizações.

Conteúdos com jogadores, bastidores, torcedores e interações em tempo real reforçaram a humanização da comunicação, contribuindo para o crescimento da base de seguidores e o aumento do engajamento nas redes sociais, mesmo com menos publicações do que no ano anterior.

1.085 minutos
de cobertura
em TV e rádio

48,33%
de aumento na base de
seguidores nas redes sociais

32.593.444
de alcance
nas postagens

AÇÃO DO SICOOB CENTRAL CECREMGE UNE RESULTADOS COMERCIAIS À EXPERIÊNCIA ÚNICA NA FINAL DO CAMPEONATO MINEIRO

A ação regional promovida pelo Sicoob Central Cecremge durante o Campeonato Mineiro Sicoob 2026 uniu, mais uma vez, a força da cooperação à paixão pelo futebol. Em sua segunda edição tendo como foco os produtos de proteção, a campanha mobilizou cooperativas filiadas em uma jornada marcada por engajamento, competitividade saudável e bons resultados.

Realizada entre 1º de janeiro e 15 de fevereiro, a iniciativa teve como principal objetivo impulsionar a comercialização de seguros, especialmente seguro de vida e seguros gerais, por meio de uma dinâmica baseada em pontuação e metas mensais. “As cooperativas e Postos de Atendimento (PAs) participaram de um *ranking*, atualizado de forma constante, o que manteve o engajamento e o ritmo das equipes ao longo de toda a campanha. Com acompanhamento próximo e atuação ativa da Central, a iniciativa estimulou o desempenho e reforçou a busca por melhores resultados em todas as etapas”, comentou a analista de Negócios da Central, Jeisileni da Silva Rodrigues.

Com foco na cadência comercial, em janeiro, a Central superou a meta de vendas de Seguro de Vida (Venda Nova), alcançando 103% do previsto,

um marco importante para o período. Nos Seguros Gerais, o desempenho chegou a 91% da meta, com destaque para muitas cooperativas que superaram as metas individuais no período da ação.

Em fevereiro, mesmo com um período proporcionalmente menor, os números seguiram consistentes, mantendo a proximidade com os objetivos estabelecidos.

No segmento de Seguros Rurais, os resultados também demonstraram relevância, alcançando a marca de R\$ 1,2 milhões em prêmio de Seguros Rurais efetivados. Embora concentrado em um número menor de cooperativas, o produto segue com desempenhos consistentes, especialmente entre aquelas que já atuam como referência dentro do Sistema.

“Os resultados da campanha foram bastante positivos, mas o principal destaque está além dos números. A iniciativa reforçou a importância da mobilização comercial contínua, com acompanhamento próximo dos resultados, divulgação recorrente de *rankings* e estímulo constante às equipes. Essa estratégia foi fundamental para manter o engajamento elevado e ampliar a visibilidade dos produtos de proteção dentro do portfólio das cooperativas”, comentou a coordenadora de Negócios, Daniela Miranda.



CAMAROTE SICOOB

Como reconhecimento pelo desempenho na campanha, as cooperativas e os Postos de Atendimento (PAs) com melhor colocação no *ranking* conquistaram a experiência de acompanhar a final do Campeonato Mineiro, realizada no dia 8 de março, em Belo Horizonte (MG), diretamente do camarote exclusivo do Sicoob no Mineirão.

Cada singular vencedora garantiu uma vaga para um funcionário, com direito a acompanhante, além de hospedagem e um kit exclusivo da Torcida Sicoob que incluiu: bola oficial do Campeonato Mineiro 2026, *cooler*, copos personalizados, boné, óculos e camisa de torcedor, reforçando ainda mais a experiência proporcionada pela ação.

Ao todo, 40 pessoas participaram da experiência no estádio, sendo a maioria do interior de Minas. Para muitos, foi a primeira oportunidade de assistir a uma partida de futebol ao vivo, ainda com a disponibilidade de um espaço *premium* como o camarote.

Para Martha Áurea de Araújo Moreira Gonçalves, agente de Negócios do Sicoob Copesita, a experiência foi a realização de um



sonho. O momento se tornou ainda mais especial ao ver seu time conquistar o título dentro de campo. “Enquanto assistia ao jogo, em vários momentos, pensava: meu Deus, não acredito que estou aqui, vivendo tudo isso. Foi uma mistura de emoção, gratidão e felicidade por viver uma experiência daquelas que ficam para sempre na memória. Momentos assim reforçam a certeza de que estamos no caminho certo e a sensação de fazer parte de algo maior. Sou muito grata ao Sicoob Copesita e ao Sicoob Central Cecemge por proporcionarem uma experiência tão especial. São vivências que marcam nossa trajetória e mostram que cada conquista vale a pena.”

O gerente do PA 07 Goiás, do Sicoob Divicred, André de Oliveira Rodrigues, também se emocionou ao participar da final do Campeonato Mineiro em um momento único e especial ao lado do pai. “Estar presente em um evento tão importante para o esporte mineiro, sentindo a energia das torcidas e a emoção da final, já seria inesquecível. Mas compartilhar esse momento com meu pai tor-

nou tudo ainda mais especial. Foi uma experiência de conexão, alegria e uma memória que levaremos para a vida toda. Essa vivência reforçou, para mim, o valor de aproveitar o presente e reconhecer oportunidades que aproximam pessoas. Sou muito grato ao Sicoob por proporcionar um momento tão marcante, não apenas como um evento esportivo, mas como uma lembrança de grande valor pessoal e familiar. Foi tudo perfeito!”

A final, entre Atlético e Cruzeiro, exigiu atenção redobrada na organização. Por segurança, os participantes foram distribuídos em camarotes conforme o time de preferência, seguindo as orientações do estádio. “Mesmo em um cenário de rivalidade, nossa torcida colocou em prática o verdadeiro significado da Torcida Sicoob: respeito, convivência harmoniosa e espírito de cooperação. Vivemos a emoção do jogo com consciência de que representávamos algo maior, mostrando que é possível unir paixão e respeito”, comentou Daniela Miranda.

Confira os ganhadores do Camarote Sicoob:

GRUPO	COOPERATIVA
S1	SICOOB COPESITA
	SICOOB JUS-MP
S2	SICOOB AC CREDI
	SICOOB CREDIRURAL
	SICOOB VALE DO AÇO
S3 + S4	SICOOB CREDIMEPI
	SICOOB DIVICRED
	SICOOB CREDICOPA
	SICOOB COPERMEC

GRUPO	Nº PA	COOPERATIVA
P1	PA15	SICOOB COPERMEC
	PA14	SICOOB DIVICRED
P2	PA16	SICOOB AC CREDI
	PA01	SICOOB CREDIMEPI
P3	PA10	SICOOB SAROM
	PA04	SICOOB COPERMEC
P4	PA00	SICOOB COPESITA
P5	PA01	SICOOB AC CREDI
	PA00	SICOOB CREDICOPA

RECONHECIMENTO AOS MAIORES VOLUMES DE PRODUÇÃO

Além da experiência no estádio, a campanha também reconheceu as cooperativas com maior volume de produção em diferentes categorias. Em Seguros de Vida – Venda Nova, o Sicoob Credimepi se destacou ao atingir R\$ 23.985 em vendas de seguros novos, conquistando como prêmio uma mesa de pebolim com cooler.

Na categoria Seguros Gerais, o destaque foi para o Sicoob Credicopa, que alcançou o expressivo volume de R\$ 1.741.985 e foi premiado com um *smartphone* Samsung Galaxy S24 FE.

Já em Seguros Rurais, o maior volume ficou com o Sicoob Credipontal, que somou R\$ 660.934 em produção e recebeu um *soundbar* JBL como reconhecimento.

PESSOAS

Sicoob Divicred reforça a prática da cooperação

O Sicoob Divicred promoveu, ao longo do mês de fevereiro, uma série de iniciativas voltadas ao fortalecimento da cultura cooperativista, com foco no desenvolvimento de pessoas, no bem-estar organizacional e na troca de experiências entre cooperativas. As ações reforçam o compromisso da Singular com a formação de lideranças, a valorização dos funcionários e o aprimoramento contínuo de suas práticas.

Entre os destaques, o Comitê de Jovens do Sicoob Divicred, formado pelos jovens empregados e voltado ao incentivo da participação e ao desenvolvimento de novas lideranças, realizou uma palestra com o empresário e consultor Frank de Oliveira, que abordou temas como empreendedorismo, inovação e protagonismo jovem no cooperativismo.

Durante o encontro, o palestrante compartilhou sua trajetória em diferentes segmentos, trazendo reflexões sobre desafios, oportunidades de mercado e a importância da visão estratégica para jovens empreendedores.

A Cooperativa também promoveu a Palestra de Sensibilização do Questionário do FIC (Felicidade Interna do Cooperativismo), marcando o início do Ciclo FIC 2026 do Sistema OCB. O encontro trouxe reflexões sobre felicidade, bem-estar e qualidade de vida no ambiente de trabalho, com destaque para a importância da escuta ativa e do fortalecimento de um ambiente organizacional mais saudável e colaborativo. A iniciativa contribuiu para o fortalecimento da cultura interna do Sicoob Divicred, incentivando práticas que valorizam as pessoas e promovem um ambiente mais equilibrado e alinhado aos princípios do cooperativismo.

Outra ação foi o Encontro de Intercooperação na Prática, que reuniu representantes de outras cooperativas do Sistema Regional para a troca de experiências e o compartilhamento de boas práticas.

O momento fortaleceu o espírito de colaboração entre as instituições, promovendo discussões sobre gestão, relacionamento com cooperados e desenvolvimento de projetos. Estiveram presentes o Sicoob Credibom, o Sicoob Credinova e o Sicoob Credpit, os dois últimos também filiados ao Sicoob Central Cecremge.

CONVENÇÃO DE NEGÓCIOS DO SICOOB DIVICRED DIRECIONA ESTRATÉGIAS PARA 2026

No dia 27 de fevereiro, o Sicoob Divicred realizou sua Convenção de Negócios, promovendo um importante momento de integração, reconhecimento e direcionamento estratégico para o próximo ciclo.

O encontro reuniu funcionários e lideranças em uma programação voltada ao planejamento das ações para 2026, ao alinhamento de metas e à consolidação das estratégias que irão nortear a atuação da Cooperativa ao longo do ano. Também foram reforçados os principais direcionadores institucionais, promovendo maior clareza sobre prioridades e fortalecendo o engajamento das equipes.

Além de orientar o planejamento, a Convenção abriu espaço para reflexões sobre o cenário atual, reforçando o senso de pertencimento e o compromisso coletivo com os resultados.

O presidente do Conselho de Administração do Sicoob Divicred, Urias Geraldo de Sousa, destacou a importância da Convenção de Negócios. “O cooperativismo se fortalece com união, troca de experiências e participação das pessoas. Iniciativas como essa contribuem para alinhar estratégias, desenvolver nossas equipes e ampliar o impacto positivo da Cooperativa junto aos cooperados e à comunidade”, relatou.



VALORIZAÇÃO

Avanços da Marca Território da Canastra engajam municípios e cooperativas filiadas à Central

A criação da Marca Território da Canastra vem mobilizando comunidades, produtores e lideranças em um esforço coletivo que abrange 11 municípios da região. A iniciativa é conduzida pelo Sebrae, em parceria com as cooperativas Sicoob Credialto, Sicoob Credicapi e Sicoob Sarom, filiadas ao Sicoob Central Cecremge, e Sicoob Credibam e Sicoob Credipimenta, com o objetivo de fortalecer a economia local, valorizar a identidade cultural e proteger produtos agroartesanais.

Inspirada no modelo europeu do SÜDTIROL, a Marca Território da Canastra está ligada à Indicação Geográfica (IG), garantindo que produtos como queijo e café sejam reconhecidos por sua autenticidade e qualidade. Além de valorizar a produção local, a marca combate falsificações e protege tradições e modos de vida das comunidades. A IG se divide em Indicação de Procedência, aplicada ao queijo, e Denominação de Origem, usada no café, certificando a relação entre produto e território.

Para o presidente do Conselho de Administração

do Sicoob Sarom, João Carlos Leite, a iniciativa representa um esforço coletivo de valorização do Território da Canastra, estimulando o turismo, mantendo famílias no campo e ampliando a geração de renda na região. “A Marca Território da Canastra celebra quem somos, onde vivemos e o que produzimos com tanto cuidado. É nossa história traduzida em sabor, aroma e identidade, e uma oportunidade de transformar essa riqueza em desenvolvimento econômico e social para nossas comunidades.”

Por ser a primeira marca coletiva do Brasil, o projeto Marca Território da Canastra abre oportunidades de integração entre cadeias produtivas, empresários, lideranças e comunidades dos municípios envolvidos. O processo exige diálogo e construção conjunta para fortalecer a identidade regional e impulsionar o desenvolvimento sustentável. Os encontros já demonstram engajamento e confiança no projeto, com reuniões envolvendo produtores, Governo de Minas, Legislativo e entidades estratégicas. O lançamento oficial está previsto para o primeiro semestre de 2026.

SICOOB CREDICAPI TEM PROTAGONISMO NA CRIAÇÃO DO DIA DO COOPERATIVISMO EM CAPITÓLIO

A cidade de Capitólio (MG) passa a celebrar oficialmente o Dia do Cooperativismo em 4 de julho, alinhado ao Dia Internacional do Cooperativismo. O Projeto de Lei, aprovado por unanimidade no dia 19 de fevereiro de 2026, destaca a importância do modelo para a economia local. Representantes do Sicoob Credicapi, incluindo o presidente do Conselho de Administração, Lucas Terra Costa, estiveram presentes na sessão de votação, junto a outras cooperativas locais, reforçando a importância da intercooperação.

O Sicoob Credicapi teve papel central no processo, atuando de forma consultiva na elaboração do projeto e oferecendo análises que mostraram como o cooperativismo impulsiona o desenvolvimento da cidade. Hoje, a Cooperativa é o principal agente de

inclusão financeira, com aporte social que passou de R\$ 170 mil em 2022 para R\$ 1,2 milhão em 2025.

Além disso, a Singular apoia empreendedores e produtores rurais, como o cooperado Wilson Soares, campeão da 6ª Premiação de Cafés Especiais da Região da Canastra.

“Ter o Dia do Cooperativismo no calendário oficial é reconhecer a força do nosso modelo, que apoia produtores, comerciantes e reinveste os resultados no próprio município”, destacou o presidente.

Para celebrar a data, o Sicoob Credicapi prepara ações educativas e campanhas, com palestras para estudantes da rede pública e iniciativas que reforçam a cultura cooperativista, transformando o dia em uma vitrine de soluções práticas para a economia e o bem-estar social de Capitólio e região.

BALANCETE PATRIMONIAL

Central das Coop. de Econ. e Crédito do Estado de Minas Gerais Ltda. – Sicoob Central Cecremge – CNPJ 00.309.024/0001-27

Em Reais		
	FEV/2026	JAN/2026
ATIVO	24.065.779.910,53	23.918.371.505,31
DISPONIBILIDADES	5.948.172,30	6.996.494,85
ATIVOS FINANCEIROS AO CUSTO AMORTIZADO	10.554.737.959,84	10.335.764.679,01
Aplicações Interfinanceiras de Liquidez, Líquido de Provisão para Perdas	1.286.437.307,51	1.108.301.941,89
Títulos e Valores Mobiliários, Líquido de Provisão para Perdas	8.409.018.159,80	8.325.279.836,82
Operações de Crédito	861.624.597,43	904.874.973,62
Outros Ativos Financeiros	3.358.746,40	3.358.746,40
(-) PROVISÕES PARA PERDAS ESPERADAS ASSOC. AO RISCO DE CRÉDITO	(5.700.851,30)	(6.050.819,72)
ATIVOS FINANCEIROS AO VALOR JUSTO POR MEIO DE OUTROS RESULTADOS ABRANGENTES	11.803.511.064,27	11.913.006.648,16
Aplicações Interfinanceiras de Liquidez, Líquido de Provisão para Perdas	11.803.511.064,27	11.913.006.648,16
ATIVOS FINANCEIROS AO VALOR JUSTO POR MEIO DO RESULTADO	1.248.470.255,65	1.212.449.325,79
Títulos e Valores Mobiliários, Líquido de Provisão para Perdas	1.248.470.255,65	1.212.449.325,79
ATIVOS FISCAIS, CORRENTES e DIFERIDOS	534.479,65	533.864,89
OUTROS ATIVOS	4.362.653,97	4.648.852,85
INVESTIMENTOS	437.220.296,47	433.884.410,91
IMOBILIZADO DE USO	17.986.473,99	17.969.403,27
INTANGÍVEL E ÁGIO	4.605.418,02	4.605.418,02
(-) DEPRECIAÇÕES E AMORTIZAÇÕES	(11.596.863,63)	(11.487.592,44)
(-) Depreciação Acumulada de Ativo Imobilizado de Uso	(7.633.073,45)	(7.551.050,36)
(-) Amortização Acumulada de Ativos Intangíveis	(3.963.790,18)	(3.936.542,08)
TOTAL DO ATIVO	24.065.779.910,53	23.918.371.505,31

Em Reais		
	FEV/2026	JAN/2026
PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	24.065.779.910,53	23.918.371.505,31
PASSIVO FINANCEIROS AO CUSTO AMORTIZADO	23.129.400.130,66	22.988.314.021,78
RELAÇÕES INTERFINANCEIRAS	22.847.696.136,57	22.668.112.629,49
Centralização Financeira - Cooperativas	22.847.696.136,57	22.668.112.629,49
OUTROS PASSIVOS	43.625.171,44	44.184.349,69
Obrigações Fiscais, Correntes e Diferidas	1.105.951,81	1.185.637,17
Outras Obrigações	42.519.219,63	42.998.712,52
PROVISÕES	238.078.822,65	276.017.042,60
Provisões e Outras Obrigações com Instrumentos Financeiros	673.330,96	668.205,81
Provisão para Pagamento a Efetuar	234.015.022,17	271.958.367,27
Provisão para Contingências	3.390.469,52	3.390.469,52
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	924.675.084,27	925.111.869,85
CAPITAL SOCIAL	732.930.692,87	732.930.692,87
RESERVAS DE SOBRAS	85.218.286,14	85.218.286,14
OUTROS RESULTADOS ABRANGENTES	(287.190,62)	149.594,96
SOBRAS OU PERDAS ACUMULADAS	106.813.295,88	106.813.295,88
CONTAS DE RESULTADO	11.704.695,60	4.945.613,68
RECEITAS	522.710.813,32	279.638.275,29
DESPESAS	(511.006.117,72)	(274.692.661,61)
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	24.065.779.910,53	23.918.371.505,31

Obs.: A partir de outubro/2022, o Centro de Serviços Compartilhados (CSC), assumiu a responsabilidade técnica das Demonstrações Contábeis do Sicoob Central Cecremge.

Samuel Flam
Diretor Financeiro e Desenvolvimento

Elaine Cristina Neto
Contadora
CRC/MG 082.177-0

EXPEDIENTE

Conselho de Administração:

Luiz Gonzaga Viana Lage
Presidente

Adarlan R. Fonseca
Ariano Cavalcanti de Paula
Alfredo Alves de Oliveira Melo
César Augusto Mattos
Ivo de Tassis Filho
Jacson Guerra Araujo
João Augusto Oliveira Fernandes
José Fernado Rebello de Carvalho
Márcio Olívio Villefort Pereira
Pedro Gomes da Silva
Ramiro Rodrigues de Ávila Júnior
Ronaldo Siqueira Santos
Silmon Vilela Carvalho Junqueira
Urias Geraldo de Sousa

Informativo da Central das Cooperativas de Economia e Crédito do Estado de Minas Gerais Ltda. – Sicoob Central Cecremge

Av. do Contorno, 4.924, 3º andar – Funcionários – Belo Horizonte – MG – Cep: 30.110-032
Tel.: (31) 2104-8700 – e-mail: cecremge@cecremge.org.br

Conselho Fiscal:

Amaury Gonçalves
Francisco Xavier Borges
José Menezes de Andrade Junior
Weder Bernardes da Silva

Diretoria Executiva:

Samuel Flam
Diretor Financeiro e Desenvolvimento

Valéria Lilia de Matos
Diretora de Comunicação, Tecnologia e Negócios

Paulo César Gomes Guerra
Diretor de Controle, Risco e Supervisão

Superintendências:

Geraldo Martins Alves
Administrativo e Financeiro
Raimundo Sérgio Campos
Executiva e Institucional

Redação e editoração:

A2 Comunicação & Marketing
(31) 99476 7965 – a2bh.com.br
Projeto gráfico: Alex Souza
Jornalista Responsável:
Cristiane Prado – Mtb 06389 JP/MG
Colaboração: Taissa Renda
Ilustração: Wenderson Sobreira
Edição: Karla Brandão e José Luiz Júnior
CTP e impressão: Imprimaset
Tiragem: 1.000 exemplares

As matérias assinadas são de inteira responsabilidade de seus autores.



PACOTES DE 3, 6 E 12

Um desses mequetrefes sem ter o que fazer e ficam, felizmente, a me enviar “e-mail”, semana que passou soltou esta e que, incrível, não foi censurada pela equipe do jornal (de 10 causos, deixam publicar um). Me conta o mequetrefe que num determinado dia, um homem caminhava com seu filho de 12 anos por meio de umas prateleiras de farmácia, procurando pasta dental e sabonetes. Ao passarem pelo balcão de preservativos, o garoto, com um olhar muito esperto perguntou ao pai:

– O que é isto dentro desta embalagem plastificada?

– Ah, filho! ... são aquelas coisas chamadas preservativos. Os homens as usam para fazer sexo seguro, contra doenças ou para se evitar filhos.

– Entendi, entendi, exclamou o menino. Já ouvi certa ocasião falar a respeito na minha escola, numa aula de educação sexual. Curioso como toda gente nova, apanha na prateleira uma embalagem com três preservativos e, claro, pergunta:

– Pai, por que tem três no pacote se nós temos

apenas um membro?

– Esses meu filho, são para os garotos do segundo grau. Eles vão usá-los um na sexta, um no sábado e um no domingo.

– Ora, ora, entendi. Mas e este aqui, da mesma marca, por que tem seis?

– Igual aos de três, meu filho, o uso é o mesmo, só que exclusivos para os jovens de curso superior: dois na sexta, dois no sábado e dois no domingo.

– Uai... que interessante, exclamou o menino. Nada como perguntar a quem sabe das coisas, mas fiquei encucado agora. Tem este aqui com doze, quem usa?

– Pô, meu, você faz cada pergunta, mas vamos lá. Com um suspiro o pai responde:

– Como se pode notar a utilidade é a mesma, só que para os homens casados. Um para janeiro, uma para fevereiro, um para março e por aí vai... Mas há controvérsias!

Luiz Gonzaga Viana Lage

Presidente do Conselho de Administração

