

## Acordo de cooperação com BC é renovado com foco na intercooperação

Ampliar o conhecimento sobre o modelo de negócios cooperativista em toda a sociedade e contribuir ainda mais com o crescimento do cooperativismo no mercado financeiro nacional, com olhar especial para as cooperativas de crédito singulares independentes. Esses são objetivos principais do Acordo de Cooperação Técnica entre o Banco Central do Brasil e a Confederação Brasileira das Cooperativas de Crédito (Confefbras), que acaba de ser renovado por mais cinco anos. A partir de agora, a parceria ganha ainda mais força, contando com um grupo de trabalho (GT) constituído pela resolução nº 335 de 2023, formado doze representantes (titulares e suplentes) de quatro diferentes áreas do órgão regulador – das diretorias de Administração, Fiscalização, Organização do Sistema Financeiro e de Resolução, e de Regulação. As reuniões com integrantes da confederação ocorrerão seguindo um calendário prévio, com a possibilidade de edições extraordinárias. Com isso, as ações já realizadas conjuntamente pelas instituições devem ser ampliadas, e novos projetos, colocados em prática. O diretor de Fiscalização do Banco Central do Brasil, Ailton de Aquino Santos, reforça o apoio do órgão regulador a essa parceria que se renova. “Esses cinco anos serão proveitosos, serão momentos não só de debates, mas de entregas e com acompanhamento dos resultados que vão refletir em um movimento mais forte lá na frente. Vocês terão total apoio para continuarmos fazendo excelentes trabalhos juntos”,

ressalta. Santos também faz questão de destacar a contribuição do cooperativismo de crédito para o desenvolvimento do país. “Sempre estive perto do cooperativismo de crédito em todo o tempo de carreira no Banco Central. Me cativa muito a parte de microfinanças, e o cooperativismo tem esse olhar para a inclusão financeira, que é tão importante”, diz. O presidente da Confefbras, Moacir Krambeck, também celebra esse momento, chamando a atenção para a importância de se reforçar os princípios e valores cooperativistas em todas as iniciativas que serão realizadas a partir do acordo de cooperação. “Uma instituição cooperativa financeira deve manter esses diferenciais e não se tornar uma instituição financeira convencional. Não podemos perder a essência do modelo de negócios cooperativista, que está nas pessoas. Se isso acontecer, perderemos a razão de existir. Esse deve ser o objetivo central de todo o nosso trabalho”, comenta. **Levar a mensagem do cooperativismo a mais lugares e contribuir com o seu crescimento** Elvira Cruvinel, chefe-adjunta da Universidade do Banco Central no Departamento de Gestão de Pessoas, Educação, Saúde e Organização, que irá atuar como coordenadora do grupo de trabalho, também celebra a renovação do acordo de cooperação com a Confefbras: “Temos muito a fazer juntos. O nosso grande objetivo é disseminar conhecimento sobre o cooperativismo de crédito tanto para dentro quanto para fora, entre os próprios cooperados e especialistas do Banco Central, e, também, para toda a sociedade. A ideia é levarmos a mensagem do cooperativismo a mais lugares.” Esse também é um pensamento de Harold Espínola, chefe do Departamento de Supervisão de Cooperativas e

Instituições Financeiras Não Bancárias. “O cooperativismo tem um potencial enorme e um espaço amplo para crescer. O acordo de cooperação entre Banco Central e Confefbras pode contribuir e muito para isso, promovendo uma ampla conscientização sobre o modelo e as particularidades do cooperativismo de crédito, inclusive junto às equipes do próprio Banco Central e dentro do serviço público como um todo”, ressalta. O vice-presidente da Confefbras, Luiz Lesse, destaca o papel principal da Confefbras, de disseminar conhecimento sobre o cooperativismo e o cooperativismo de crédito a partir da educação. “A Confefbras identificou essa lacuna, da necessidade de se atuar para manter viva a identidade do cooperativismo e do cooperado, o que reflete em uma boa governança e melhores resultados. É preciso valorizar e, ao mesmo tempo, observar as especificidades e necessidades do modelo de negócios cooperativista, e ter o guardião do Sistema Financeiro Nacional como nosso parceiro nesse processo é extremamente importante”, reforça. **Intercooperar para gerar ganho de escala e ampliar espaço no mercado financeiro** Ao comentar sobre as ações já realizadas pela Confefbras, Telma Galletti, superintendente da Confefbras, destaca o projeto Confefbras UNE, lançado recentemente, como um exemplo de iniciativa voltada para gerar ganho de escala e crescimento e, ao mesmo tempo, reforçar a identidade cooperativista. “A proposta do Confefbras UNE é promover a Intercooperação entre agentes do SNCC e, assim, oferecer às cooperativas de crédito independentes o acesso a produções e serviços fundamentais para o desenvolvimento do negócio, de forma gratuita ou a custos mais acessíveis, a maioria deles dos

próprios sistemas cooperativos. Vamos formar juntos uma plataforma de soluções compartilhadas”. E complementou: “Quando se fortalece uma cooperativa independente, se fortalece todo o sistema. Queremos potencializar esse projeto contando com as contribuições e o apoio do Banco Central do Brasil”. João Luiz Faustino, integrante da Diretoria de Fiscalização, que fará parte do grupo de trabalho, vê no projeto Confedbras UNE um caminho para contribuir com o crescimento das cooperativas independentes de diversas formas. “As independentes têm uma série de carências em frentes diferentes, e a capacitação é uma delas, inclusive no que diz respeito às adaptações necessárias às rápidas mudanças no mercado financeiro. As particularidades desse segmento das cooperativas de crédito têm de ser consideradas também na formulação de novas normas. Nós vemos a Confedbras como uma entidade para ser a voz e atuar como representante das cooperativas independentes”, destaca. Na sequência, Evaristo Donato, representante da Diretoria de Organização do Sistema Financeiro e de Resolução, também integrante do grupo de trabalho, enfatizou a importância de se promover ações de intercooperação em todo o movimento cooperativista. “É importante promover a Intercooperação dentro do cooperativismo de crédito, e da mesma forma com outros ramos do cooperativismo. A possibilidade de instituir caixas eletrônicos únicos, compartilhados entre diferentes cooperativas, é um exemplo. Isso fortalece o cooperativismo com um todo”. Claudio Filgueiras, do Departamento de Regulação, Supervisão e Controle das Operações do Crédito Rural e do Proagro, tem a mesma visão e lança um desafio para as cooperativas de crédito praticarem a Intercooperação com cooperativas agropecuárias. “Hoje, o cooperativismo de crédito responde por 25% do crédito rural no país, mas quando olhamos para o segmento da pecuária, esse percentual cai para próximo dos 5%. Essa realidade pode

mudar, e a Intercooperação é o processo para fazer isso acontecer. Queremos ver esse percentual aumentar”, comenta. Fonte: Confedbras



## Voto de desempate no Carf é sancionado

O presidente em exercício, Geraldo Alckmin, sancionou, com vetos, nesta quinta-feira (21), a Lei 14.689/23, que restabelece o voto de desempate a favor do governo nas votações do Conselho Administrativo de Recursos Fiscais (Carf). Entre os dispositivos sancionados, está o que garante maior segurança jurídica sobre a não incidência da contribuição previdenciária rural nas operações de integração vertical por intermédio de cooperativas. O dispositivo foi incluso no texto em atuação do Sistema OCB, com o apoio dos deputados Arnaldo Jardim (SP), Pedro Lupion (PR) e Sérgio Souza (PR), integrantes da Frente Parlamentar do Cooperativismo (Frencoop) e acatado pelo relator na Câmara, deputado Beto Pereira (MS). Outro ponto sancionado que atende as cooperativas é o que trata da exclusão da parcela de produção que não seja objeto de repasse do cooperado por meio da fixação de preço, em relação à receita bruta sujeita à contribuição prevista na Lei 8.212/1991. O dispositivo garante que autuações equivocadas que interpretaram indevidamente a incidência da contribuição previdenciária rural nas operações de

integração por intermédio de cooperativas não prevaleçam na esfera administrativa. Com a sanção do projeto, os casos de julgamento com empate terão voto decisivo (voto de qualidade) dos presidentes das turmas da Câmara Superior de Recursos Fiscais, das câmaras, das suas turmas e das turmas especiais. Esses cargos são indicados pela União e ocupados por representantes da Fazenda, conforme estabelecido em lei. O Carf é o órgão do Ministério da Fazenda que decide as disputas tributárias entre os contribuintes e a Receita Federal. Os julgamentos acontecem em câmaras compostas por igual número de representantes da Fazenda e dos contribuintes. Entre os critérios estabelecidos pela nova Lei estão a possibilidade de cancelamento dos juros caso o contribuinte pague o débito em até 90 dias. Além disso, haverá a possibilidade de quitar a dívida em até 12 parcelas, mensais e sucessivas. Para pagar seu débito, o contribuinte também poderá usar créditos de prejuízo fiscal (sistemática que permite às empresas abaterem prejuízos no cálculo de seus impostos relacionados ao lucro) e de base de cálculo negativa da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL), bem como de precatórios. A Receita Federal terá cinco anos para analisar o uso desses créditos, podendo, ao final, recusar sua homologação. Por outro lado, foram vetados itens como os que permitiam ao contribuinte com regularidade fiscal garantir somente o valor principal da dívida atualizado (sem multas); a impossibilidade de liquidação da garantia antes do trânsito em julgado da ação (decisão final); e o ressarcimento dos custos da garantia pela União quando o contribuinte vencer a ação. Para as cooperativas, foi vetada, a pedido do Ministério da Fazenda, a permissão de admissão de pessoas jurídicas. Até 2020, quando havia empate nas decisões, valia o voto do presidente da câmara, que é sempre um representante da Fazenda. Isso mudou com a Lei 13.988, de 2020,

que extinguiu o voto de qualidade nos processos administrativos de determinação e exigência de crédito tributário. A partir daquela lei, os contribuintes passaram a ter a vantagem nas votações que terminassem empatadas. O projeto sancionado muda essa lógica e restaura a regra anterior. *Fonte: SomosCooperativismo*

Rio  
Coop+



## Redes sociais crescem como estratégia de conexão entre cooperativas e consumidores

O uso do storytelling em vídeo desempenha um papel importante na melhoria da imagem de uma cooperativa. Em um mundo cada vez mais saturado de informações e concorrência acirrada, usar essa ferramenta se tornou uma estratégia essencial para se destacar e criar conexões significativas com o público. Hoje precisamos contar uma história, agregar valor, mostrar que somos iguais e queremos o mesmo. Tem que haver um motivo para que aquele vídeo irresistível o convença a fechar negócio. “Em um mundo concorrido como o atual, é necessário pensar fora da caixa. Por isso, o storytelling oferece a oportunidade de transmitir a essência da marca, seus valores, propósito e cultura de uma forma mais envolvente e emocional”,

comenta Matheus Lins, fundador da Trinta Dezesete. Quando falamos em redes sociais, por exemplo, um vídeo tipo reels já é um bom caminho andado. Não muito longo, passa a mensagem certa, impacta com a criatividade usada e pode ser compartilhado infinitas vezes. Para se ter uma ideia 83% dos consumidores consideram compartilhar um vídeo criado por uma marca (State of Video Marketing). Contudo, não basta ser criativo. Precisa ter o tempo certo. Vídeos com menos de 90 segundos retêm 53% dos usuários até o último segundo, enquanto vídeos com mais de 30 minutos retêm apenas 10%. **4 dicas e exemplos de como realizar um storytelling assertivo**

1. Identifique os valores: Comece identificando os valores fundamentais da cooperativa e sua história única. Descubra os eventos-chave que moldaram a cooperativa, os desafios que enfrentaram e como superaram adversidades. Um exemplo é a Patagonia, fundada em 1973 por Yvon Chouinard, um escalador e amante da natureza. Desde o início, ela estabeleceu valores centrais relacionados à preservação do meio ambiente, à qualidade de seus produtos e ao compromisso com a comunidade. A campanha “Worn Wear” destacou histórias de pessoas reais que possuíam produtos da Patagonia por muitos anos e os usavam em suas aventuras ao ar livre. “As histórias mostraram a durabilidade dos produtos e incentivaram a ideia de comprar roupas de qualidade que durem por muito tempo”, comenta Lins.
2. Crie uma narrativa envolvente: Ela deve resumir a jornada da cooperativa, destacando sua missão, visão e propósito. Certifique-se de que a história seja autêntica e emocionalmente cativante. Um dos exemplos mais notáveis de storytelling nesse sentido é o da Nike com a campanha “Just Do It”, que foi lançada pela primeira vez em 1988. “A campanha trouxe uma série de anúncios e comerciais que contavam histórias de atletas reais superando desafios,

mostrando determinação e sucesso”, diz Lins, da Trinta Dezesete.

3. Destaque o impacto: Use o storytelling para ilustrar o impacto positivo que a cooperativa teve na vida dos clientes, comunidade ou do setor em que atua. Compartilhe histórias de sucesso que demonstrem como a cooperativa resolveu problemas ou criou valor para seus clientes. O Airbnb usou o storytelling para realçar seu impacto positivo nos clientes com a campanha “A Belong Anywhere Story”, série de vídeos em que viajantes compartilham suas experiências de se hospedar em casas únicas ao redor do mundo.
4. Humanize e compartilhe histórias: Mostre o lado humano da cooperativa, destacando a equipe por trás dela. Conte histórias sobre funcionários dedicados, suas paixões e conquistas, para criar conexões emocionais com o público. Incentive os colaboradores a compartilharem suas experiências pessoais relacionadas à cooperativa. Um exemplo notável de empresa que humanizou sua marca com storytelling é a Dove. A campanha “Real Beauty”, lançada em 2004, foi uma das primeiras a abordar a questão da beleza feminina de uma maneira mais realista e inclusiva. “A campanha usou histórias emocionais para promover a autoestima e aceitação corporal entre as mulheres”, lembra Lins, da Trinta Dezesete. Outro exemplo, seria a Microsoft com a campanha “Humans of Microsoft”, uma série em que a empresa apresenta perfis detalhados de funcionários, destacando suas jornadas profissionais, paixões e motivações. *Fonte: MundoCoop*

Rio  
Coop+

**ASSEMBLEIA GERAL ORDINARIA E EXTRAORDINARIA  
 COOTACOM – Cooperativa de Transportadores e Amigos  
 Do colégio Militar Ltda - CNPJ 06.041.638/0001-57  
 Edital de Convocação Assembleia Geral Ordinária e Extraordinária**

Pelo presente Edital, baseado No Art. 46, do estatuto da COOTACOM, através do Diretor presidente ficam convocados todos os cooperados para a Assembleia Geral Ordinária e Extraordinária a ser realizada no dia 10 de outubro de 2023 , em primeira convocação para as 08h00 min, com a presença do número de associados; em segunda convocação para as 09 h 00 min com a presença de metade mais um dos associados; e em terceira e última convocação para as 10 h 00 min com no mínimo dez associados. Tendo como local para a realização na Rua: São Francisco Xavier loja 8 e 9, Tijuca -RJ CEP 20.550-012 , a fim de deliberar sobre:

A ordem do dia: 1- ELEIÇÃO : VICE - PRESIDENTE E CONSELHO FISCAL EFETIVO E SUPLENTE E QUADRO ADMINISTRATIVO, 2- EXCLUSÃO DE COOPERADOS, 3- INCLUSÃO DE COOPERADO, 4- ASSUNTOS GERAIS.

Atenciosamente:

Valdecir Carlos

Diretoria COOTACOM

Rua São Francisco Xavier - 262 loja 8 e 9 - Tijuca - Rio de Janeiro - RJ - CEP  
 20550-140 - (21) 2567-7812//97045-0746



O Rio de Janeiro sempre  
foi o palco principal  
do cooperativismo!

**Vem aí...**

# 3<sup>a</sup> CONFERÊNCIA RIO+COOP DE EMPREENDEDORISMO COOPERATIVO

**1º de dezembro de 2023**

Vivo Rio - 18h

**Inscreva-se em:**

[rio.coop/conferencia](http://rio.coop/conferencia)

**Cooperativismo.**

Prosperidade e inovação  
**fazendo história.**