

## Com patrocínio do Sicoob, filme sobre Zico inicia pré-estreias pelo país



A trajetória de um dos maiores nomes da história do futebol mundial chegará em breve aos cinemas de todo o país. O filme Zico, o Samurai de Quintino, que conta com o patrocínio do Sicoob, iniciou, neste mês de março, uma rodada de pré-estreias em diferentes cidades brasileiras, marcando o início de sua exibição no circuito nacional.

A presença de Zico nas iniciativas do Sicoob reforça uma conexão construída a partir de valores em comum. Ao longo de sua trajetória, o ex-jogador consolidou uma visão baseada na força do coletivo, na construção conjunta e no papel das parcerias

para geração de resultados, princípios que também orientam o cooperativismo financeiro. Essa convergência fortalece o posicionamento de mercado do Sicoob e evidencia um diferencial competitivo baseado nos benefícios do seu modelo de negócio, centrado na participação, no compartilhamento de resultados e no impacto positivo nas comunidades.

A escolha de Zico como embaixador também reflete a estratégia da marca de se associar a ídolos com forte identificação com o público e que se comunicam de forma genuína com diferentes gerações. Esses personagens carregam, em suas trajetórias, valores que dialogam naturalmente com o cooperativismo, o que amplia a consistência e a credibilidade da comunicação.

Essa conexão se desdobra em diferentes frentes e ganha continuidade em uma nova iniciativa de conteúdo. No dia 26 de março, o Sicoob estreia uma websérie com Zico, que percorre histórias, aprendizados e reflexões do próprio ídolo. Ao abordar temas como cooperação, trabalho em equipe e impacto nas comunidades, a produção traduz, em linguagem acessível, conceitos centrais do cooperativismo financeiro e contribui para tornar mais claros os diferenciais do Sicoob para públicos que ainda não conhecem a instituição.

A iniciativa também reforça a capacidade da marca de construir narrativas proprietárias, conectadas ao seu propósito e ao seu modelo de atuação. Ao investir em conteúdo com base em experiências reais e em vozes com legitimidade, o Sicoob amplia sua presença na jornada de relacionamento com o público e fortalece sua proposta de valor.

Zico, que também é embaixador do Sicoob, contribui para consolidar o posicionamento da instituição em iniciativas de relevância cultural e esportiva. A estratégia de influência amplia a consistência da comunicação, qualifica o alcance das ações e fortalece a conexão com os públicos.

A estreia do filme está prevista para 30 de abril, e a expectativa é reunir fãs de diferentes gerações para celebrar, nas salas de cinema, a trajetória de um dos maiores ídolos do futebol brasileiro.

Ao conectar sua atuação de fomento à cultura com soluções do portfólio, o Sicoob amplia o acesso a experiências. Portadores



**Exclusivamente na** 

Uma jornada de aprendizado pensada para quem quer compreender e se aprofundar no cooperativismo.

**ACESSE**



de cartões de crédito Sicoob contam com o benefício de meia-entrada na compra de ingressos em redes parceiras, como Cineart e Kinoplex, agregando valor ao uso dos produtos e incentivando o acesso à cultura.

Distribuído pela Downtown Filmes e produzido pela Vudoo Filmes e Guará Entretenimento, "Zico, o Samurai de Quintino" é uma coprodução da Globo Filmes, SporTV, Pontos de Fuga e Investimage, com patrocínio master do Sicoob e patrocínio da Tim e Austral, além de contar com a RioFilme como codistribuidora.

Fonte: Sicoob

## Escolha o Coop: Campanha SomosCoop 2026 está no ar

Sabe quando uma escolha simples pode fazer diferença de verdade? É exatamente essa a ideia da nova campanha Escolha o Coop, que o movimento SomosCoop lançou nesta segunda-feira (23). A proposta visa mostrar que, na hora de comprar, é possível ir além do preço ou da marca. Dá para escolher um produto ou serviço que também fortalece pessoas, movimenta a economia local e contribui para um mundo mais sustentável.

A campanha é uma evolução da construção em andamento nos últimos anos, mas agora com um convite ainda mais claro: transformar o consumo em uma escolha consciente, com impacto positivo de verdade. A mensagem vai estar em todos os lugares. Terá presença em supermercados pelo país, conteúdos na TV, no rádio e nas redes, além de materiais especiais para que as cooperativas também entrem na onda e levem a campanha para perto das suas comunidades.

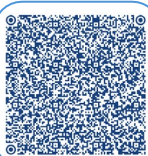
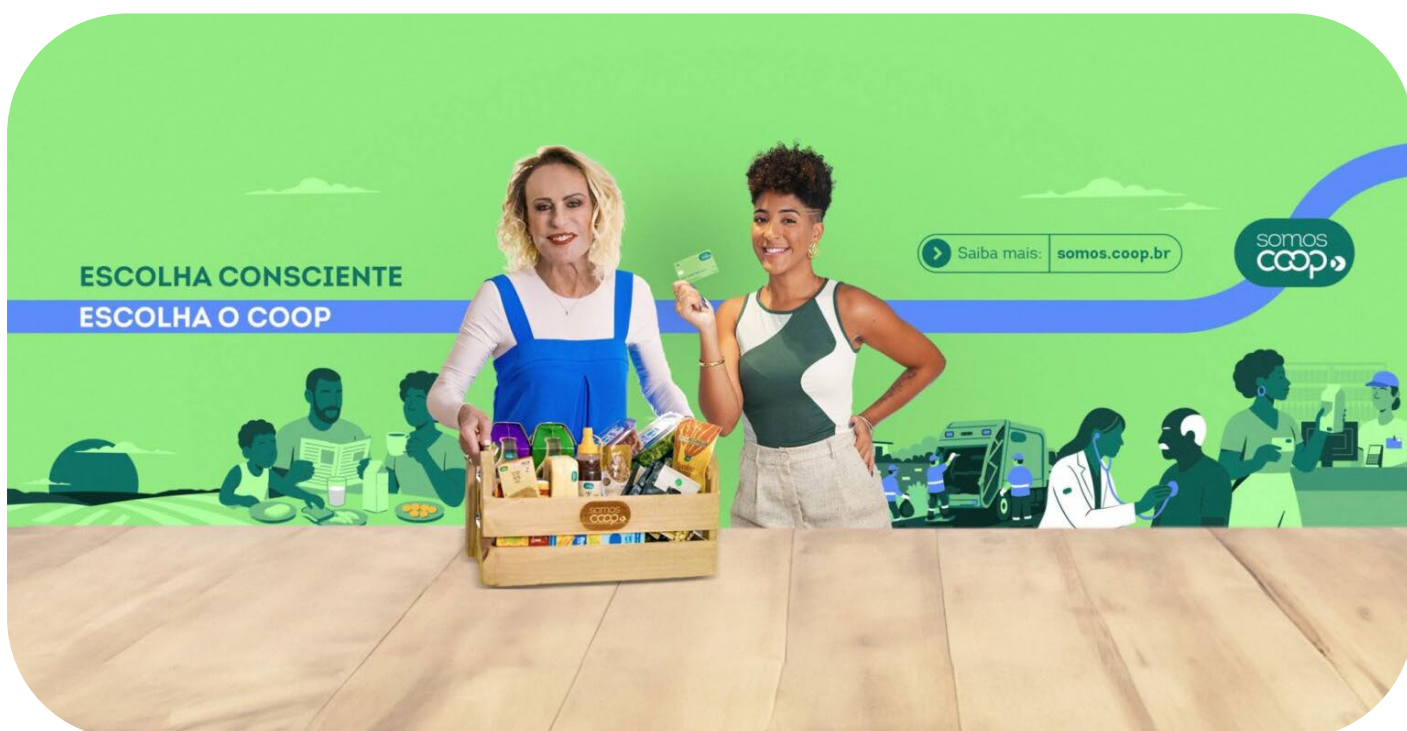
A lógica é simples. Se o produto contar com o carimbo SomosCoop, pode confiar. Ele indica que aquele produto ou serviço vem de um modelo de negócios que pensa no coletivo e gera benefícios para todo o país.

Para se aproximar ainda mais do público, a campanha traz nomes bem conhecidos que vão ajudar a fomentar a importância de escolher o coop na hora da compra. A apresentadora [Ana Maria Braga](#) será a principal voz nos conteúdos digitais, com sua leveza e autenticidade que acolhe e conecta pessoas. Junto com ela, a educadora financeira [Nath Finanças](#) traz dicas sobre consumo consciente e planejamento, enquanto o humorista [Ed Gama](#) entra com espontaneidade e criatividade, para dar vida a um personagem inspirado no carimbo SomosCoop.

"A ideia é fazer o consumidor enxergar o impacto das suas escolhas no dia a dia. Queremos que a escolha de um produto com o carimbo SomosCoop seja mais do que preferência, seja crítico. Porque cada compra feita de uma cooperativa retorna em forma de emprego, renda e benefícios para a comunidade", explica Samara Araujo, gerente de Comunicação e Marketing do Sistema OCB, a entidade máxima de representação do cooperativismo no Brasil e responsável pela coordenação da campanha.

Ao longo do ano, a campanha também vai marcar presença em momentos especiais e programas de grande alcance — incluindo participações no [MasterChef Brasil](#) — além de ações que conectam o cooperativismo com o dia a dia das pessoas, seja no supermercado, na saúde, nos serviços financeiros ou na gestão de resíduos.

Fonte: SomosCoop



## Editais

### EDITAL DE CONVOCAÇÃO DA 16ª ASSEMBLEIA GERAL EXTRAORDINÁRIA DIGITAL

**RAZÃO SOCIAL:** COOPERATIVA DE TRABALHO DE CONSULTORES DE TI

**CNPJ:** 34.583.434/0001-83

#### Convocação

Convidam-se os senhores cooperados da COOPERATIVA DE TRABALHO DE CONSULTORES DE TI a se reunirem para a **16ª ASSEMBLEIA GERAL EXTRAORDINÁRIA DIGITAL**, a realizar-se na plataforma Microsoft Teams, no dia **29/04/2026 às 18h00min.**

Às 15h30min, em primeira convocação, com 2/3 (dois terços) dos seus cooperados; caso esse número não seja atingido, reunir-se-á em segunda convocação, às 16h30min, com metade mais um dos seus cooperados, ou em terceira convocação, às 17h30min, com a presença de 50 (cinquenta) associados ou, no mínimo, 20% (vinte por cento) do total de associados, prevalecendo o menor número, em terceira convocação, exigida a presença de, no mínimo, 4 (quatro) associados para as cooperativas que possuam até 19 (dezenove) associados matriculados, para deliberarem sobre a seguinte ORDEM DO DIA:

1. Abertura dos trabalhos pela mesa diretora
2. Apresentação do resultado do 1º trimestre de 2026
3. Deliberação para ratificação das adequações no cálculo da remuneração
4. Deliberação sobre patrocínio da atleta de padel Gabriela Eufrasio
5. Encerramento e considerações finais

#### NOTAS:

1. Para efeitos legais e estatutários, declara-se que o número de associados da cooperativa, nesta data, é de 62.
2. Os associados poderão participar e votar a distância através da plataforma Microsoft Teams utilizando este [link](#).
3. O associado pode participar da assembleia desde que apresente seu documento pessoal até 30 (trinta) minutos antes do horário estipulado para a abertura dos trabalhos, ainda que tenha deixado de enviá-los previamente.
4. A apresentação completa, contendo todos os itens da Ordem do Dia acima descritos, será enviada previamente aos cooperados através de e-mail.

Santa Cruz do Rio Pardo/SP, 30 de março de 2026,

André Garrocini

Presidente do Conselho de Administração

