

B3 Moedas
Ibovespa 175.739 pts ↓ -1,2% Dólar Comercial R\$ 5,131 ↑ 0,45% Dólar Turismo R\$ 5,338 ↑ 0,45% Euro Comercial R\$ 5,841 ↑ 0,16% Euro Turismo R\$ 6,090 ↑ 0,17%

Cooperativismo é reconhecido como parte da cultura brasileira com sanção da Lei nº 15.433/2026



O cooperativismo foi oficialmente reconhecido como parte da cultura brasileira com a sanção da Lei nº 15.433/2026, um marco que o Conselho Nacional do Café (CNC) recebe com entusiasmo. Para o presidente do CNC, Silas Brasileiro, a nova legislação é o reconhecimento de uma trajetória que define o Brasil, “o cooperativismo de produção e crédito sempre foi a espinha dorsal da nossa cafeicultura, garantindo que o pequeno e o grande produtor falem a mesma língua e alcancem o mesmo sucesso. Este reconhecimento legal é uma vitória justa, mas, para nós, é também uma convocação”, disse ele. Silas Brasileiro também afirma que o CNC continua sendo braço operacional da Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), transformando a chancela cultural em mais força para as cooperativas, garantindo que a cooperação continue sendo o motor da renda, da sucessão familiar e da sustentabilidade no campo.

Ao reunir 25,8 milhões de brasileiros, o cooperativismo se consolida não apenas como um modelo de negócios, mas como uma estratégia essencial de desenvolvimento. A presidente executiva do Sistema OCB, Tania Zanella, ressalta a relevância do movimento nesse cenário: “O Brasil afirma, oficialmente, que cooperar faz parte da sua identidade. Isso fortalece nossa legitimidade e amplia a percepção de que o cooperativismo é um modelo estratégico para o crescimento do país”, afirmou.

Para o setor cafeeiro, este reconhecimento ganha densidade e aplicação prática direta através do CNC, que atua na conversão dos princípios da cooperação em políticas e ações que garantem a sustentabilidade e a competitividade do café brasileiro. O trabalho do Conselho é o elo indis-

pensável que permite que a cultura cooperativista, agora protegida por lei, se traduza em suporte técnico, defesa de interesses e prosperidade para as cooperativas e seus produtores em todo o território nacional.

Vale ressaltar que a estrutura do setor cooperativista cafeeiro conta com 97 cooperativas de café, reunindo cerca de 330 mil cafeicultores em todo o Brasil. Essas cooperativas são responsáveis por aproximadamente 65% da produção nacional e 35% das exportações brasileiras de café, oferecendo suporte técnico, acesso a crédito e promovendo práticas sustentáveis. No Brasil, estão ligadas à OCB, 4.509 cooperativas de diversos ramos de atuação, com 23,4 milhões de cooperados e cerca de 550 mil empregos diretos.

A Lei nº 15.433/2026 abre um novo ciclo para o



agronegócio. O desafio, agora, é utilizar esse respaldo institucional para fortalecer ainda mais as cooperativas de café, assegurando que o modelo que já transforma a vida de milhares de famílias seja protagonista nas futuras políticas públicas do país. O CNC reafirma seu compromisso de liderar essa frente, unindo a visão estratégica da OCB à execução técnica necessária para que o cooperativismo cafeeiro continue sendo um dos maiores exemplos de sucesso do Brasil para o mundo.

Silas Brasileiro ressaltou, de forma especial, a liderança exercida por Márcio Lopes de Freitas e Tânia Zanella, destacando suas contribuições decisivas

para o fortalecimento do cooperativismo brasileiro e sua projeção no cenário internacional. Segundo ele, a atuação de Márcio e Tânia à frente da OCB tem sido marcada por visão estratégica, capacidade de articulação e defesa permanente dos interesses do setor, consolidando o cooperativismo como um dos pilares do desenvolvimento econômico e social do país. Como conselheiro da Aliança Cooperativa Internacional (ACI), Márcio também tem ampliado o protagonismo do Brasil nas discussões globais, levando a experiência e a força do modelo cooperativista brasileiro para os principais fóruns internacionais e contribuindo para o reconhecimento do país como referência mundial no segmento.

Sicoob anuncia patrocínio às competições do futebol feminino



O Sicoob anuncia seu patrocínio oficial às principais competições da modalidade no país. A partir de julho de 2026, a instituição financeira cooperativa integra o grupo de patrocinadores do Campeonato Brasileiro Feminino, da Copa do Brasil Feminina e da Supercopa Feminina, assumindo um compromisso de três anos com o desenvolvimento e a visibilidade do futebol feminino brasileiro.

A decisão faz parte de uma estratégia consistente de fortalecimento da presença do Sicoob no esporte, construída ao longo dos últimos anos em diferentes frentes, modalidades e formatos. Os números da modalidade sustentam essa escolha: a base de fãs do futebol feminino cresceu 57% nos últimos cinco anos, atingindo 58 milhões de pessoas, um avanço que posiciona a modalidade como um dos territórios esportivos mais relevantes e dinâmicos do país.

O movimento representa a entrada do Sicoob no ecossistema de marcas que apoiam o crescimento do futebol feminino no Brasil. A negociação foi intermediada pela Heatmap, agência responsável pela comercialização exclusiva dos ativos em parceria com a FSports, detentora dos direitos das competições. Com isso, o Sicoob passa a integrar o time de patrocinadores ao lado de marcas como Amazon, Hyundai, Itambé e Uber, em um momento histórico para a modalidade no país.

Para Cláudio Halley, superintendente de Negócios

Digitais, Marketing e Experiência do Cooperado do Sicoob, o patrocínio reforça a estratégia da instituição de ampliar sua presença em territórios de alta conexão emocional e relevância cultural. No caso do futebol feminino, essa presença também dialoga com um movimento de crescimento da modalidade, com potencial para gerar visibilidade, relacionamento e novas oportunidades de negócio.

“Nosso patrocínio às principais competições nacionais da modalidade reforça uma atuação de longo prazo no esporte e amplia a presença da marca em um território que gera identificação, mobiliza comunidades e cria novas oportunidades de relacionamento”, afirma Cláudio Halley.

“Ter um parceiro do calibre do Sicoob nesse movimento em prol do futebol feminino é motivo de grande orgulho e felicidade. É uma das marcas mais admiradas e de maior credibilidade do nosso mercado”, celebrou Rene Salviano, fundador e CEO da Heatmap.

O patrocínio ao futebol feminino se soma a uma atuação já consolidada do Sicoob no esporte nacional. No futebol masculino, a instituição está presente nas Séries A e B do Campeonato Brasileiro e em campeonatos estaduais como Mineiro, Catarinense, Gaúcho, Goiano e Baiano, com exposição em propriedades de mídia das competições e uso de suas identidades em campanhas institucionais.

O investimento no futebol feminino também responde a uma lógica de negócio clara. O crescimento do público abre uma janela estratégica para ampliar o reconhecimento da marca junto a um segmento de alto potencial. Com mais de 44% do quadro de cooperados composto por mulheres e um histórico de expansão consistente, o Sicoob enxerga no esporte feminino uma plataforma capaz de atrair novos cooperados, aprofundar o relacionamento com quem já faz parte do sistema e ampliar sua relevância junto a públicos que buscam instituições com as quais se identificam dentro e fora de campo.