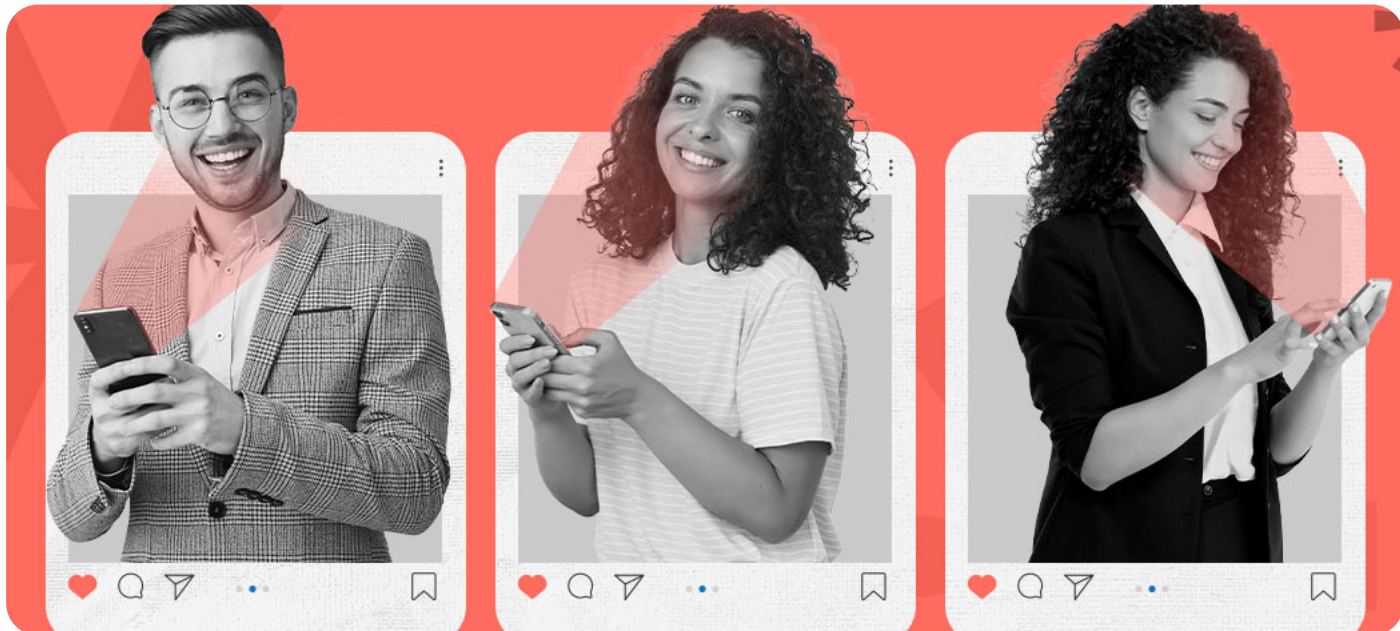


B3 Ibovespa 176.010 pts ↑ 0,06% Moedas Dólar Comercial R\$ 5,099 ↑ 0,39% Dólar Turismo R\$ 5,303 ↑ 0,43% Euro Comercial R\$ 5,839 ↑ 0,29% Euro Turismo R\$ 6,087 ↑ 0,32%

Marketing de influência fortalece comunicação cooperativista



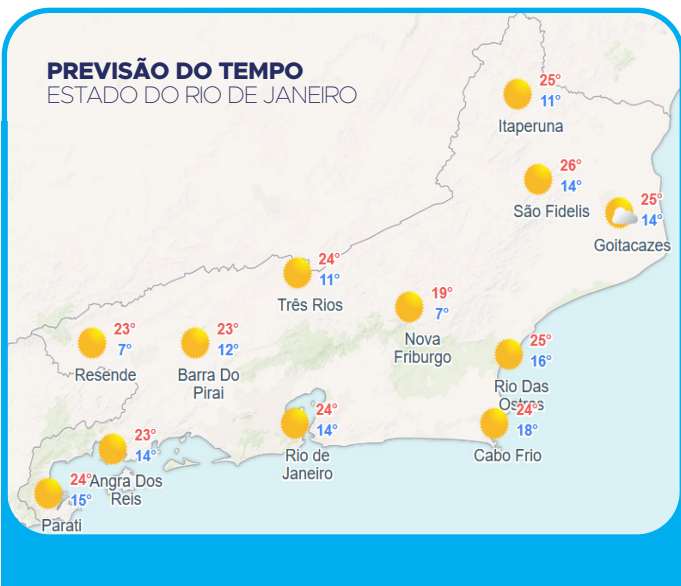
Quase metade da população brasileira já realizou uma compra por recomendação de influenciadores digitais, colocando o país na liderança do ranking global sobre o poder dos criadores de conteúdo nas decisões de consumo, segundo pesquisa da Statista e Hootsuite. O cooperativismo vem ocupando esse espaço de forma estratégica, utilizando o marketing de influência para ampliar o alcance de mensagens que engajam, informam e ajudam a promover escolhas conscientes.

Com o uso cada vez mais massivo das redes sociais, os influenciadores se destacam por criar conexões genuínas com seus seguidores, um ativo valioso para marcas e instituições que desejam conquistar o público digital. É aí que entra o marketing de influência, uma estratégia de comunicação que utiliza personalidades influentes para divulgar produtos ou serviços.

De acordo com a professora e pesquisadora do Instituto Federal de Brasília (IFB) Carla Simone Castro, embora o termo tenha ganhado notoriedade com as redes sociais, o conceito é antigo, porque as marcas sempre recorreram a figuras públicas, especialistas, artistas e lideranças sociais para transferir credibilidade em suas divulgações. “O que mudou foi a dinâmica da comunicação digital. Com o surgimento das plataformas sociais, especialmente Instagram, TikTok, YouTube e LinkedIn, surgiram novos formadores de opinião que passaram a construir

comunidades próprias, estabelecendo relações mais próximas, frequentes e autênticas com seus seguidores”, explica.

Em tempos de super conectividade, o diferencial do marketing de influência é gerar confiança em um contexto onde os consumidores buscam referências, opiniões e experiências compartilhadas por outros usuários. “Enquanto a publicidade tradicional comunica a partir da instituição, o influenciador comunica a partir da experiência, da vivência e da relação de confiança construída com sua audiência. Isso gera uma percepção de autenticidade que muitas vezes amplia a eficácia



da mensagem”, destaca a especialista.

O marketing de influência também permite uma segmentação altamente qualificada. Segundo Carla, é possível trabalhar com criadores de conteúdo especializados, alcançando públicos específicos com muito mais precisão

do que em campanhas massificadas, o que gera melhores resultados. “Produtos, serviços ou políticas públicas que exigem explicação podem ser comunicados de forma mais acessível por especialistas e criadores de conteúdo que já possuem legitimidade perante seus públicos”, ressalta.



Encontrou o carimbo SomosCoop? BOA ESCOLHA!

Ele identifica produtos e serviços de cooperativas. Negócios que colocam pessoas no centro e impacto positivo no caminho.

[Saiba mais](#)

Marketing de influência no coop

Esse potencial de traduzir conceitos para o público de forma autêntica e confiável levou o cooperativismo a investir no marketing de influência como estratégia de comunicação. Este ano, os criadores de conteúdo ganharam espaço relevante na campanha SomosCoop 2026 para ajudar a espalhar a mensagem-tema: Escolha consciente, escolha o coop.

O time é formado pela apresentadora Ana Maria Braga, a educadora financeira Nath Finanças, a divulgadora científica Mari Kruger, o humorista Ed Gama e a influenciadora de investimentos Dani Colombo. A escolha dos nomes foi baseada na autenticidade, credibilidade e afinidade entre o perfil de cada um e a mensagem que o movimento coop deseja transmitir, segundo Samara Araujo, gerente de Comunicação e Marketing do Sistema OCB.

“Os influenciadores traduzem mensagens complexas para uma linguagem acessível, geram identificação e ajudam a inserir o cooperativismo em contextos nos quais ele normalmente não estaria presente. Isso amplia o reconhecimento da marca SomosCoop, desperta curiosidade e fortalece a conexão emocional com os consumidores”, destaca.

Ana Maria Braga, por exemplo, tem uma relação

de confiança com o público construída ao longo de décadas com temas ligados à alimentação, qualidade e escolhas de consumo, além de exercer grande influência nas decisões de compra de milhões de brasileiros. Em uma das ações da campanha, ela levou o SomosCoop para a bancada do Mais Você.

Nath Finanças contribui para conectar a campanha ao conceito de consumo consciente e educação financeira, enquanto o Ed Gama utiliza o humor para aproximar o cooperativismo de novos públicos de forma leve e acessível. Mari Krüger e Dani Colombo reforçam a comunicação da campanha SomosCoop com uma linguagem simples e didática, ampliando o entendimento sobre o cooperativismo e incentivando escolhas mais conscientes.

Segundo Samara, quando existe coerência entre o influenciador e a mensagem, o conteúdo tende a gerar maior confiança e engajamento, o que tem sido comprovado pelos resultados. “Nos primeiros meses da campanha, já ultrapassamos 320 milhões de impactos, enquanto os conteúdos protagonizados por Ana Maria Braga, Nath Finanças, Ed Gama, Mari Kruger e Dani Colombo somaram mais de 20 milhões de visualizações nas redes sociais”, detalha a gerente.

A campanha SomosCoop 2026 representa uma

evolução da estratégia de comunicação do cooperativismo brasileiro. A divulgação integrada reúne publicidade, assessoria de imprensa, produção de conteúdo institucional, marketing de influência, ações em pontos de venda, ações em grandes programas de entretenimento, presença digital e forte mobilização das cooperativas em todo o país. “Também disponibilizamos um amplo enxoval de comunicação, materiais de trade marketing, treinamentos e orientações para que o movimento fale de forma coordenada, fortaleça uma identidade única e potencialize os resultados”, explica Samara Araujo.



Conteúdos mais coop

Escolher um influenciador digital para comunicar o cooperativismo vai muito além do número de seguidores e envolve reputação, credibilidade e aderência aos objetivos estratégicos do movimento. Para garantir que a ferramenta seja eficaz, é preciso identificar criadores de conteúdos alinhados às mensagens e valores que serão apresentados.

De acordo com a pesquisadora Carla Simone Castro, do IFB, uma tendência crescente nesse mercado é a co-criação de conteúdo. Em vez de apenas divulgar uma mensagem pronta, as organizações passam a desenvolver soluções, experiências e narrativas conjuntamente com os influenciadores, aumentando a autenticidade da comunicação.

“É importante estabelecer objetivos claros, definir indicadores de desempenho, orientar corretamente sobre a campanha e garantir transparência na relação comercial. Além disso, é fundamental avaliar a afinidade genuína com o tema que será comunicado, pois a autenticidade faz toda a diferença para que a mensagem seja percebida como verdadeira”, pondera a especialista.

“O influenciador precisa atuar como um parceiro estratégico, capaz de compreender e traduzir os valores da cooperação, e não apenas como um veículo para divulgação de uma mensagem”, complementa Samara Araujo.

Para o futuro, a pesquisadora prevê um mercado de marketing de influência cada vez mais profissionalizado, orientado por dados e com maiores níveis de transparência. “O setor caminha para modelos que relacionam influência não apenas a métricas de vaidade, como curtidas e visualizações, mas a indicadores concretos de negócio, reputação, geração de valor e comportamento do consumidor”.

A experiência do Sistema OCB mostra que é necessário investir não somente em marketing de influência, mas também em branding, produção de conteúdo, campanhas publicitárias, inteligência de dados, experiências presenciais, entre outros. “Dentro dessa lógica de se assumir coop, podemos nos apoiar nas narrativas. As cooperativas possuem um patrimônio extremamente valioso: histórias reais, cooperados, comunidades transformadas e impactos concretos. Muitas vezes, esses ativos ainda são pouco explorados. Por isso, é fundamental desenvolver uma comunicação que conte essas histórias de forma simples, próxima e conectada com a realidade das pessoas”, finaliza a gerente.

Vai registrar na JUNTA? COMERCIAL

A OCB/RJ cuidará de todas as etapas do processo de registro!

Um novo serviço para as cooperativas do estado do Rio de Janeiro.

Totalmente Gratuito!

Mais informações em:
(21) 99882-1279
jorgepecky@rio.coop

OCB/RJ somascoop



Unimed Petrópolis é destaque em programa de Governança em Proteção e Privacidade de Dados



A Unimed Petrópolis conquistou destaque nacional no Programa Nacional de Governança em Proteção e Privacidade de Dados (PNGPPD) 2026, alcançando resultados expressivos nas métricas de avaliação do programa. O reconhecimento evidencia o compromisso permanente da cooperativa com a adoção de boas práticas de governança, proteção de dados pessoais e conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

Recentemente, o Escritório de Compliance lançou o programa “Cuidado que Protege”, uma iniciativa voltada as lideranças e colaboradores do Hospital Unimed Petrópolis, principal equipamento do serviço próprio, trazendo orientações sobre a importância da LGPD e suas aplicações na unidade. O desempenho é resultado de um trabalho contínuo de aperfeiçoamento dos processos internos, revisão de políticas e fortalecimento da cultura de privacidade em toda a instituição. A cooperativa também mantém uma atuação permanente de acompanhamento das atualizações promovidas pela Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), garantindo que suas práticas estejam alinhadas às normas e às melhores referências do setor.

Para o gerente de Compliance da Unimed Petrópolis, Antonio Pedrosa, o reconhecimento demonstra a maturidade da cooperativa na gestão da privacidade e da proteção das informações.

“A proteção de dados é um compromisso permanente da Unimed Petrópolis. Esse resultado demonstra que estamos construindo uma cultura organizacional pautada na responsabilidade, na transparência e na melhoria contínua dos nossos processos. Mais do que atender às exigências legais, buscamos fortalecer a confiança de beneficiários, cooperados, colaboradores e parceiros em todas as nossas relações”, destaca.

A presidente da Unimed Petrópolis, Dra. Rosane Banger, ressalta que a conquista reflete o compromisso institucional da cooperativa com a excelência em todas as áreas de atuação.

“Cuidar das pessoas também significa proteger suas informações. Esse reconhecimento reforça que a Unimed Petrópolis investe continuamente em governança, inovação e segurança, assegurando que nossos processos acompanhem os mais elevados padrões de qualidade e conformidade. É uma conquista que fortalece a credibilidade da cooperativa e reafirma nosso compromisso com um cuidado cada vez mais seguro e responsável”, afirma.

O reconhecimento obtido no PNGPPD 2026 reforça a posição da Unimed Petrópolis como uma instituição comprometida com a excelência em gestão, a segurança da informação e a proteção da privacidade, consolidando uma atuação pautada pela ética, transparência e confiança.

Palestra

Liderança por papéis

Liderança não é somente um cargo, mas a capacidade de assumir papéis diferentes, em momentos certos.

28 de Agosto
10h às 11h30

Palestrante

Lucas Silveira
Líder que une resultados e inspiração
Atuou como diretor da Red Bull no Brasil, head de vendas do Carrefour e foi sócio da Dasa Empresas.

Evento On-line
VAGAS ILIMITADAS

Inscreva-se em: rio.coop

Sistema OCB/RJ | somoscoop

Publique o edital de sua coop de forma

Gratuita

e se atualize com as principais notícias do coop fluminense e brasileiro no **Jornal.coop**

Acesse:
www.jornal.coop

ou fale com nossos analistas pelo e-mail: monitoramento@rio.coop

Sistema OCB/RJ | somoscoop

Unimed Petrópolis é destaque em programa de Governança em Proteção e Privacidade de Dados



A Unimed Petrópolis conquistou destaque nacional no Programa Nacional de Governança em Proteção e Privacidade de Dados (PNGPPD) 2026, alcançando resultados expressivos nas métricas de avaliação do programa. O reconhecimento evidencia o compromisso permanente da cooperativa com a adoção de boas práticas de governança, proteção de dados pessoais e conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

Recentemente, o Escritório de Compliance lançou o programa “Cuidado que Protege”, uma iniciativa voltada às lideranças e colaboradores do Hospital Unimed Petrópolis, principal equipamento do serviço próprio, trazendo orientações sobre a importância da LGPD e suas aplicações na unidade. O desempenho é resultado de um trabalho contínuo de aperfeiçoamento dos processos internos, revisão de políticas e fortalecimento da cultura de privacidade em toda a instituição. A cooperativa também mantém uma atuação permanente de acompanhamento das atualizações promovidas pela Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), garantindo que suas práticas estejam alinhadas às normas e às melhores referências do setor.

Para o gerente de Compliance da Unimed Petrópolis, Antonio Pedrosa, o reconhecimento demonstra a maturidade da cooperativa na gestão da privacidade e da proteção das informações.

“A proteção de dados é um compromisso permanente da Unimed Petrópolis. Esse resultado demonstra que estamos construindo uma cultura organizacional pautada na responsabilidade, na transparência e na melhoria contínua dos nossos processos. Mais do que atender às exigências legais, buscamos fortalecer a confiança de beneficiários, cooperados, colaboradores e parceiros em todas as nossas relações”, destaca.

A presidente da Unimed Petrópolis, Dra. Rosane Banger, ressalta que a conquista reflete o compromisso institucional da cooperativa com a excelência em todas as áreas de atuação.

“Cuidar das pessoas também significa proteger suas informações. Esse reconhecimento reforça que a Unimed Petrópolis investe continuamente em governança, inovação e segurança, assegurando que nossos processos acompanhem os mais elevados padrões de qualidade e conformidade. É uma conquista que fortalece a credibilidade da cooperativa e reafirma nosso compromisso com um cuidado cada vez mais seguro e responsável”, afirma.

O reconhecimento obtido no PNGPPD 2026 reforça a posição da Unimed Petrópolis como uma instituição comprometida com a excelência em gestão, a segurança da informação e a proteção da privacidade, consolidando uma atuação pautada pela ética, transparência e confiança.

PALESTRA SOBRE

ADAP tabili DADE

Tenha coragem, clareza e ação diante de cenários em constante mudança!

24 de Julho
10h às 11h30

PALESTRANTE

Lucas Silveira
Líder que une resultados e inspiração. Atua como diretor da Red Bull no Brasil, head de vendas do Carrefour e foi sócio da Casa Empresas.

Evento On-line
VAGAS ILIMITADAS

Inscrições em: rio.coop

Sistema OCB/RJ | somoscoop

PALESTRA

Inteligência POSITIVA

Aprenda a atuar e a viver de uma forma mais positiva.

14 de Agosto
10h às 11h30

Palestrante

Maryana com Y
comunicadora, educadora e referência em criatividade, comportamento humano e futuro do trabalho

Evento On-line
VAGAS ILIMITADAS

Inscrições em: rio.coop

Sistema OCB/RJ | somoscoop



Alameda Pio XII, Nº 12 – Centro – Arraial do Cabo – RJ - CEP 28.930-000 - Telefone: (22) 2622-4089

CNPJ: 97.401.509/0001-88 NIRE 3340005130-1

EDITAL DE CONVOCAÇÃO DE ASSEMBLEIA GERAL EXTRAORDINÁRIA e ASSEMBLEIA GERAL ESPECIAL

SOCEC - COOPERATIVA DE TRABALHO DE SERVICOS EDUCACIONAIS CABISTA

CNPJ: 97.401.509/0001-88 – NIRE 3340005130-1

A Presidente Sra. **Cláudia da Silva Lima Luís** da **SOCEC - COOPERATIVA DE TRABALHO DE SERVICOS EDUCACIONAIS CABISTA**, registrada na JUCERJA sob o NIRE **3340005130-1**, e inscrita no CNPJ sob o nº. de registro **97.401.509/0001-88**, no exercício das suas atribuições que lhe conferem no Estatuto Social da **SOCEC**, convoca todos os cooperados para participarem da **AGE** – Assembleia Geral Extraordinária e **AGESP** - Assembleia Geral Especial, em formato **PRESENCIAL**, à ser realizada em sequência uma após o término da outra, no dia **08/08/2026**, na sua sede social, na **Alameda Pio XII, nº 12 – Centro – Arraial do Cabo - RJ**, CEP **28.930-000**, em primeira convocação às **07:00h** com a presença mínima de 2/3 (dois terços) dos sócios cooperados; em segunda convocação às **08:00h** com a presença mínima de metade mais um do total de sócios cooperados, e em terceira e última convocação às **09:00h** com a presença mínima de 20% do total do quadro de associados (Lei 12690/2012).

Na data da presente convocação a cooperativa possui em seu quadro de cooperados, para efeito de quórum, o total de 46 (quarenta e seis) cooperados.

Ordem do Dia da AGE - ASSEMBLEIA GERAL EXTRAORDINÁRIA:

1. Informe e deliberação para contas protestadas;
2. Informe e deliberação sobre horários de Inspectores e Apoio;
3. Reforma no Regimento Interno;
4. Reforma de Estatuto Social;

Ordem do dia da AGESP - ASSEMBLEIA GERAL ESPECIAL:

1. Gestão da cooperativa;
2. Disciplina;
3. Direitos e deveres dos sócios;
4. Planejamento;
5. Resultado Econômico dos Projetos e Contratos firmados;
6. Organização do trabalho.

Arraial do Cabo – RJ, 16 de julho de 2026.

Sra. Cláudia da Silva Lima Luís
Presidente



COOPERATIVA DE TRABALHO ESSENCIAL CARE.
Rua Alvarenga Filho, nº 53 – Pelinca
Campos dos Goytacazes – RJ. – CEP: 28035-125.
CNPJ 52.279.731/0001-11

EDITAL DE CONVOCAÇÃO DAS ASSEMBLEIAS GERAIS EXTRAORDINÁRIA E ESPECIAL, NA MODALIDADE DIGITAL, DE 06.08.2026.

A Presidente da **COOPERATIVA DE TRABALHO ESSENCIAL CARE**, no uso de suas atribuições legais e estatutárias, convoca os cooperados para se reunirem em Assembleia Geral Extraordinária (AGE) e Assembleia Geral Especial (AGEsp) a serem realizadas na MODALIDADE **digital**, junto à Sala Digital situada no endereço eletrônico <https://meet.google.com/hvy-ryqu-khy> sendo a sede da Cooperativa situada à Rua Alvarenga Filho, 53 – Pelinca – Campos dos Goytacazes – RJ, como referência, no dia **06 de agosto de 2026**, com **primeira convocação** às 13:00 horas com a presença de dois terços (2/3) dos cooperados; em **segunda convocação** às 14:00 horas, com a presença de metade mais um em relação ao total de cooperados; e, em **terceira e última convocação** às 15:00 horas com cinquenta (50) sócios ou, no mínimo, vinte por cento (20%) do total de sócios, prevalecendo o menor número, a fim de deliberar sobre a seguinte **ORDEM DO DIA**:

EM REGIME DE ASSEMBLEIA GERAL EXTRAORDINÁRIA

1. Eleição do Conselho de Administração – Cargo de Diretor Presidente - Mandato residual de 2026/2027.

EM REGIME DE ASSEMBLEIA GERAL ESPECIAL

1. Gestão da cooperativa;
2. Disciplina;
3. Direitos e deveres dos sócios;
4. Planejamento;
5. Resultado Econômico dos Projetos e Contratos firmados;
6. Organização do trabalho.

NOTAS:

1. Os cooperados participarão da assembleia mediante atuação remota, via sistema eletrônico de participação e **voto a distância** com uso de **Boletim de Voto**, e ou diretamente na sala instalada no endereço eletrônico <https://meet.google.com/hvy-ryqu-khy>.
2. O voto será aberto, aceitável a aclamação.
3. Poderão votar na assembleia os sócios ativos, conforme reza o art. 7º, respeitados especialmente o que dispõe os art. 6º e 8º, o § 8º do art. 27, os arts. 38 e 47 e demais dispositivos aplicáveis, tudo do Estatuto Social.
4. As informações, registros, relatórios e documentos vinculados à ordem do dia das Assembleias, ora em convocação, estarão disponíveis para os sócios dentro do prazo previsto em relação à instalação das Assembleias que irão deliberar sobre os temas a serem discutidos, junto ao Conselho de Administração da cooperativa para consulta e análise.
5. As informações, registros, relatórios e documentos vinculados à Ordem do Dia não serão disponibilizados aberta ou publicamente pela cooperativa, em razão da legislação vigente sobre a proteção de dados.
6. Os sócios terão o prazo até às **17h59min do dia 03 de agosto de 2026** para sanar dúvidas ou requerer informações complementares, através dos canais digitais da sociedade, *WhatsApp*, pelo e-mail: admessencialcoop@gmail.com ou, alternativamente, direta e pessoalmente junto à Administração da sociedade, em horário comercial, de segunda a sexta-feira.
7. A cooperativa deverá sanar dúvidas e apresentar documentos, relatórios e informações de que trata o item 6, acima, individualmente a cada sócio até às **17h59min do dia 04 de agosto de 2026**, nos termos destas notas. A partir deste prazo, tudo que se referir à Assembleia será tratado somente dentro de cada ordem do dia.
8. Os Sócios terão até às **17h59min do dia 05 de agosto de 2026** para concluir a votação à distância, enviando o boletim de voto, para o e-mail admessencialcoop@gmail.com. Os Boletins de Voto enviados à cooperativa depois deste prazo serão considerados nulos e, por consequência, serão descartados, com aviso do descarte do boletim, pela cooperativa ao sócio que não cumpriu o prazo de entrega previsto neste edital.
9. Ao entrar nas salas digital da Assembleia, cada sócio deverá apresentar documento de identificação válido em todo o território nacional, com foto, até dez (10) minutos antes da instalação da Assembleia.
10. Os sócios que não estiverem rigorosamente em dia com suas obrigações societárias e sociais, nos termos estatutários poderão adentrar na sala digital, permanecer e assistir às Assembleias sem direito a deliberar ou discutir sobre os assuntos constantes em cada Ordem do Dia.
11. Para efeito de verificação de quórum, **consideram-se trezentos e noventa e nove (399) cooperados em pleno gozo de seus direitos sociais e societários**.

Campos dos Goytacazes, RJ, 16 de julho de 2026.

Claricy da Silva Azevedo
Presidente do Conselho de Administração
COOPERATIVA DE TRABALHO ESSENCIAL CARE.



Documento assinado digitalmente
CLARICY DA SILVA AZEVEDO
Data: 15/07/2026 14:29:25-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>