FOLHA DA CENTRAL

Ano XXIV • Nº 303 • Janeiro/2021

SICOOB Central Cecremge

CRÉDITO COM AS MELHORES TAXAS E OS MELHORES PRÊMIOS.

MELHOR VOCÊ APROVEITAR!

CAMPANHA

"Central Premia" ajuda cooperativas a baterem meta da CNV no crédito consignado

Página 4

SISTEMA

CNV 2021 propõe mudanças estruturais com foco no crescimento a longo prazo

Páginas 6 a 9

UNIÃO DE

cooperativas filiadas resulta em ações para fazer o bem

Alinhado aos princípios cooperativistas de intercooperação e interesse pela comunidade, o Sicoob Coopjus convidou o Sicoob Credjus para uma gincana beneficente, mobilizando equipes e associados das duas cooperativas de Belo Horizonte em favor de uma causa social.

A Gincana Cooperativista "Fazer o bem faz bem!" propôs um desafio de arrecadação de recursos em prol do Projeto Assistencial Novo Céu, que acolhe crianças, adolescentes e adultos com paralisia cerebral e em situação de vulnerabilidade social, e do Lar Maria Clara, instituição que acolhe 60 idosos afastados do convívio familiar, ambas já ajudadas por cada uma das cooperativas.

"O ato de doar contribui significativamente para a transformação da sociedade, das instituições e, principalmente, das pessoas. Especialmente neste atual cenário de pandemia, fazer algo para apoiar e ajudar quem precisa faz toda a diferença", manifestou a diretora geral do Sicoob Coopjus, Regina Dinelli. Cada singular realizou sua campanha de arrecadação individualmente e mobilizou cooperados, colaboradores e a comunidade em geral a realizar doações, no formato de "vaquinha virtual". Ao final, o Sicoob Credjus conseguiu arrecadar o montante de R$ 2.678,00 e o Sicoob Coopjus somou R$ 2.101,26.

Por ter conquistado o maior volume de recursos financeiros na Gincana, o Sicoob Credjus ainda levou um prêmio adicional para o Lar Maria Clara. Já previsto no regulamento, o valor de R$ 1.000,00 foi disponibilizado como doação adicional pelo Sicoob Coopjus.

O dinheiro arrecadado foi repassado para as instituições, que terão a liberdade de utilizá-lo da melhor maneira possível, mediante prestação de contas.

A Gincana Cooperativista ainda contou com uma Prova de Solidariedade, por meio da arrecadação de brinquedos, que foram doados ao Projeto Amor que Cura, instituição que atende crianças em tratamento oncológico.

"Além de promover a intercooperação, a iniciativa fez com que colocássemos em prática o interesse pela comunidade, princípio cooperativista que mais caracteriza o nosso segmento", declarou o presidente do Sicoob Credjus, Ivo Campos Athayde.

COOPERATIVAS REALIZAM DOAÇÕES A ENTIDADES BENEFICENTES DE BELO HORIZONTE

O Lar Maria Clara recebeu o apoio do Sicoob Credjus. O valor arrecadado na Gincana ajudou a minimizar os impactos que a Covid-19 tem deixado na instituição

Sicoob Coopjus doou ao Projeto Assistencial Novo Céu, que atende pessoas com deficiência, que demandam cuidados diários feitos por diversos profissionais da área da saúde

SICOOB LANÇA

promoção para estimular comercialização de crédito

A promoção "Crédito pra Vida Melhorar" entrou em vigência no dia 15 de janeiro e, com o *slogan* "Canta forte com o Sicoob", quer dar visibilidade à oferta de crédito do Sistema com as melhores taxas e prêmios.

Com validade até o dia 31 de março, serão distribuídos 77 prêmios vales-compras, no valor total de R$ 485 mil, sendo 20 deles no valor unitário de R$ 10 mil, convertidos em pontos para serem utilizados, exclusivamente, no Coopera, e 57 na quantia de R$ 5 mil, também convertidos em pontos no programa de fidelidade do Sicoob.

O primeiro sorteio acontecerá no dia 17 de fevereiro. Para receber um número da sorte e concorrer aos prêmios, os participantes deverão adquirir um ou vários dos seguintes produtos, conforme regulamento: conta capital, operações de crédito e seguro prestamista do Sicoob Seguradora, tanto para pessoa física (PF), quanto para pessoa jurídica (PJ).

A promoção faz parte do conjunto de ações do Período Tomador da Campanha Nacional de Vendas (CNV) 2021, que tem como objetivo impulsionar a comercialização dos produtos de crédito sistêmicos, promovendo o atendimento às necessidades de crédito dos cooperados e não cooperados.

O período é uma ótima oportunidade para reforçar os benefícios de contar com o Sicoob para realizar planos, sonhos, arcar com as despesas ou investir no próprio negócio, melhorando a condição financeira.

Para fortalecer a comunicação, o Sicoob desenvolveu uma campanha publicitária com o mote da música "Canta, canta minha gente", de Martinho da Vila, que canta a versão criada para nossa promoção nos *spots* de rádio e televisão. A Central orienta as cooperativas a utilizarem as peças de divulgação localmente para aumentar a visibilidade da campanha e gerar ainda mais negócios.

Brinquedos arrecadados nas cooperativas para presentear as crianças em tratamento oncológico atendidas pelo Projeto Amor que Cura

AÇÃO REGIONAL

premia cooperativas por desempenho na comercialização de Crédito Consignado

De setembro a novembro de 2020, a Central promoveu a Campanha Regional "Central Premia - Crédito Consignado", para apoiar as cooperativas no alcance da meta proposta na Campanha Nacional de Vendas 2020.

A ação tinha como objetivo o alcance de 100% da meta anual do produto Consignado até 30 de novembro. Essa era, inclusive, uma das condições para que as cooperativas efetivassem a participação na premiação e nos sorteios. Das 51 filiadas ao Sicoob Central Cecremge que operam o produto, apenas 18 não conseguiram bater a meta até a data estipulada.

Durante a Campanha, a Central produziu R$ 74.108.706,35, fechando novembro com uma produção acumulada de R$ 161.688.743,08 e atingindo 167,69% da meta anual da CNV 2020. O resultado representa o esforço de todas as cooperativas e equipes envolvidas na ação.

O anúncio dos vencedores da promoção ocorreu no dia 23 de dezembro, por meio de uma *live* com as filiadas.

Confira na tabela, a seguir, o resultado final com as singulares premiadas:

PRÊMIO	COOPERATIVAS
PREMIAÇÃO POR VOLUME DE PRODUÇÃO	S1 - Sicoob Sul de Minas S2 - Sicoob Copesita S3 - Sicoob Vale do Aço
SORTEIO DAS MOTOS	S1 - Sicoob Acicredi S2 - Sicoob Sertão Minas S3 - Sicoob Aracoop
SORTEIO DE UM AUTOMÓVEL HB20	Sicoob Centro-Oeste

SICOOB SUL DE MINAS SE DESTACA NO GRUPO S1 E CONQUISTA MAIS DE R$ 32 MIL EM COMISSIONAMENTO

Premiada por volume de produção na categoria S1, que abrange cooperativas com até quatro mil cooperados, o Sicoob Sul de Minas comercializou 59 operações de crédito consignado, obtendo uma receita de comissão de venda do produto no período da ação de R$ 32.310,50.

"Com o total apoio da Central, nosso time estava bem preparado para oferecer o melhor para os nossos cooperados, sempre com atendimento consultivo. Esse prêmio representa a confirmação de que um trabalho em equipe, bem direcionado, faz a diferença no resultado da Cooperativa e nos estimula a continuar os projetos e ações já desenvolvidos", vibra a diretora Comercial da singular, Elida Ciarallo.

Desde janeiro de 2020, a Cooperativa promove o programa Decolar, que oferece comissionamento para incentivar seus funcionários a comercializar os produtos e serviços da singular, de maneira consciente e efetiva, objetivando aumentar a produtividade geral de cada unidade.

Para essa ação, a filiada também trabalhou com divulgação nas redes sociais e SMS semanal para estimular a contratação de uma operação de consignado pelos seus cooperados.

"Esse é um resultado que deixa a Central muito satisfeita. A Cooperativa passou por uma reestruturação de estratégias e seus gestores conseguiram traçar ações de comercialização que geraram um retorno muito positivo, de destaque no seu grupo da CNV", enfatiza a superintendente de Negócios do Sicoob Central Cecremge, Valéria Matos.

RETORNO

SICOOB CREDICOM

remunera Capital Social dos associados em 100% da taxa Selic

Após um ano desafiador, o Sicoob Credicom realizou, em 31 de dezembro de 2020, um depósito de R$ 8.964.472,18 milhões na conta capital de seus cooperados, referente à remuneração de juros ao capital, compartilhando com a sua base os resultados positivos de crescimento.

O presidente da singular, Garibalde Mortoza, acredita que a etapa foi de muito amadurecimento. "Demonstramos grande capacidade de adaptação e soubemos lidar com as dificuldades apresentadas durante a pandemia. Demos todo o suporte financeiro aos nossos associados, liberando quase R$ 300 milhões em crédito com condições inéditas e renegociamos mais de R$ 1,6 mil contratos, postergando pagamentos. Cuidamos dos nossos funcionários e ajudamos hospitais, clínicas e outras empresas a atravessar o período com menos dificuldade. Ou seja, exercemos nosso papel social e contribuímos para que a comunidade ao nosso redor atravessasse essa crise com menos riscos. Realmente, trabalhamos de todas as formas pelo desenvolvimento socioeconômico do nosso país e, claro, para darmos o retorno que os nossos cooperados merecem e aguardam ao final de todo ano", destacou.

COMEMORAÇÃO

SICOOB CECREMEC COMPLETA 50 ANOS DE FUNDAÇÃO BUSCANDO AINDA MAIS PROXIMIDADE COM OS ASSOCIADOS

Em 28 de dezembro de 2020, o Sicoob Cecremec completou 50 anos de fundação. Balizada pelos princípios cooperativistas em sua essência, a Cooperativa, criada pelos funcionários da Cemig, sempre prezou por condições mais justas na oferta de produtos financeiros e se empenhou em oferecer melhores condições de atendimento, com foco na qualidade de seus produtos e serviços e no bem-estar de seus cooperados espalhados por todo o estado de Minas Gerais.

Em virtude da pandemia, a singular não pôde festejar presencialmente com os associados, mas aproveitou o momento para se aproximar ainda mais do seu público por meio da interação nas redes sociais e de homenagens em publicações direcionadas aos cooperados com os quais contou desde a fundação e que refletem a relação de confiança e o bom relacionamento conquistado ao longo desse cinquentenário.

"Celebramos os 50 anos da Cooperativa com a certeza de que estamos firmes no propósito de sermos ainda mais presentes na vida de nossos cooperados e buscando somar forças para enriquecer o cooperativismo", enfatiza o presidente Railton Silva Vale.

CNV 2021 TRAZ

metas de crescimento sistêmico para dobrar base nos próximos três anos

Com modificações na estrutura e metas audaciosas, a Campanha Nacional de Vendas (CNV) 2021 teve início neste mês de janeiro com o período tomador, focado nos produtos e serviços de crédito. Entre abril e maio será o período investidor, de julho a setembro o período empresarial e, finalizando o ano, o período pessoal, de outubro a dezembro. Paralelamente, vão ocorrer as jornadas de crédito, investimentos, meios de pagamentos e canais digitais.

A grande mudança para este ano é o foco maior em rentabilidade, suportado por cinco grandes metas: cooperados, crédito, captação, rentabilidade e índice de cobertura. O *game* de premiação continua e as cooperativas com melhores resultados em suas categorias serão premiadas, conforme regulamento. Entretanto, a partir de agora, o volume de vendas não será mais o único fator de pontuação. Os cinco indicadores também terão peso na classificação.

"Durante esses quatro anos de CNV, vimos muitas cooperativas baterem meta de produção, mas sem rentabilizar à altura da quantidade de vendas e isso refletia nos seus resultados no final do exercício, que ficava a desejar. Então, no Sicoob Central Cecremge, passamos a ter o cuidado de focar as ações para trazer resultados, para fazer receita, mesmo que isso implicasse em não atingir a meta da campanha. Ver que este ano todo o Sistema está preocupado com esse indicador é saber que já estávamos trilhando o caminho do crescimento", observa o diretor de Desenvolvimento e Negócios, Márcio Villefort.

A nova proposta visa minimizar a venda pela venda, contribuindo para o aperfeiçoamento na atuação das equipes comerciais. Mais do que bater meta, será importante direcionar vendas mais assertivas e com mais rentabilidade sobre elas, aumentando o índice de cobertura do Sistema.

"Essas grandes metas fazem um *link* direto com o crescimento sistêmico, que é onde o Sicoob quer estar em 2023. Isso trouxe para a CNV um senso de propósito muito maior, colocando a campanha em um patamar importante no planejamento estratégico", enfatiza o presidente do Conselho de Administração da Central, Luiz Gonzaga Viana Lage.

TECNOLOGIA E AUTOMAÇÃO ESCALAM CRESCIMENTO

O planejamento a longo prazo da CNV refletirá diretamente no comportamento das cooperativas e das centrais em relação às ações estratégicas.

Para a superintendente de Negócios, Valéria Matos, o crescimento proposto não se efetivará somente com captações e negócios gerados pelo meio presencial. "Esse é o momento do cooperativismo olhar para o digital e entrar de vez nessa transformação. No final de 2020, foi lançado o PIX, este ano está chegando o *Open Banking*. As transformações estão ocorrendo em velocidade recorde e nossas cooperativas precisam encarar a nova realidade ou não saberemos lidar com esse cenário daqui a dois, três anos. O progresso precisa ser gradativo e deve começar agora", alerta.

Em breve, com tecnologia e automação, será possível entregar ao associado uma gama de produtos e serviços dentro das plataformas do Sicoob, com opção de autocontratação. As equipes comerciais precisarão assumir, a partir daí, uma posição de atendimento mais estratégico, atuando como consultores para auxiliar os cooperados a definirem as soluções que melhor atendam às suas necessidades.

"Nosso grande desafio interno é despertar essa postura mais consultiva. Fazer as singulares entenderem que o contato próximo ao cooperado vai continuar, porém de uma forma diferente, mas necessária para garantir a perenidade do Sistema", finaliza Valéria.

CINCO GRANDES METAS E A PROJEÇÃO DE CRESCIMENTO PARA 2023: O QUE TEM DE NOVO NA CNV 2021

Para saber mais sobre as novas metas da Campanha Nacional de Vendas 2021, a FOLHA DA CENTRAL conversou com o superintendente de Desenvolvimento de Mercados e Canais do Centro Cooperativo Sicoob (CCS), Angelo Curbani, que pontuou as principais mudanças da campanha e como elas impactam no futuro do Sicoob, dando mais perenidade para as ações. Ele abordou também as expectativas do Sistema para os próximos anos. Confira a entrevista:

FOLHA DA CENTRAL: A estrutura de comercialização de produtos dentro do escopo da CNV tem gerado boas vendas para o Sicoob. Além dos resultados numéricos, quais os outros ganhos para o Sistema?

ANGELO CURBANI: Um dos principais ganhos é, sem dúvida, a cultura ativa de vendas. A CNV está entrando no seu quinto ano e trouxe para o Sicoob mais dinamismo para ofertar produtos e serviços aos associados, aproveitando nossos preços que, normalmente, são mais baratos que os praticados pelo mercado. Antes da CNV, as cooperativas tinham uma postura mais passiva e ficavam aguardando o cooperado chegar até elas. Inclusive, muitas só começaram a estruturar suas equipes comerciais, com ações focadas em comercialização, após o lançamento da Campanha Nacional, pois essa "gameficação" de premiações exige uma organização para que as metas possam ser desdobradas entre as pessoas que estão fazendo a venda e o acompanhamento. O modelo já predefinido, com agenda, períodos específicos, metas, facilitou muito para o comercial das singulares. As ações entraram na rotina dos postos de atendimento e os executivos de negócio pegam esse formato e simplesmente gerenciam internamente.

FC: O que muda em 2021 com relação aos produtos e serviços?

AC: Trabalhávamos muito com produtos e serviços que o Bancoob é o responsável, como consórcio, cartões e Sipag, que são acessórios ao principal negócio das cooperativas que é captar e emprestar recursos. Este ano, decidimos ampliar a CNV e acoplar os produtos que compõem a carteira da cooperativa, como captação e empréstimo, que até então não tinham ações consistentes dentro da Campanha para aquelas linhas gerenciadas pelas singulares. E ainda incorporamos indicadores de resultados ao seu contexto.

FC: Qual a importância de se apostar na continuidade da CNV, com a reformulação de estruturas e metas?

AC: A CNV é um grande sucesso na questão da mecânica e dos resultados. Por isso, tivemos a preocupação de preservar aquilo que já estava muito sólido, que é o grande *game* da campanha, como as definições de metas, ações e premiações. Tivemos o cuidado de manter o que está funcionando bem e aprimorar pontos que irão garantir o bom funcionamento do Sicoob e a perenidade das cooperativas. Trouxemos metas de longo prazo que irão garantir a sustentabilidade do nosso negócio.

FC: De acordo com as projeções, os anos de 2021 e 2022 serão de construção para o alcance das grandes metas de crescimento do Sicoob no final de 2023. Qual a importância de estabelecer essas metas a longo prazo?

AC: Uma das metas é o índice de cobertura: temos que gerar mais negócios com a capacidade física já instalada. A outra é uma visão de futuro: temos um alto potencial de comercialização, mas precisamos aumentar nossa base de cooperados para termos condição de manter a perenidade e sustentabilidade do Sistema. Do contrário, vamos ficar oferecendo produtos e serviços para uma base saturada. As metas são audaciosas. Precisamos sair da captação atual de menos de um cooperado por dia, em cada ponto de atendimento, para três. Mas a gente entende que é factível, havendo empenho e comprometimento das cooperativas. E não estamos fazendo cobranças, estamos junto com elas em um trabalho conjunto de crescimento.

FC: Podemos dizer que as equipes comerciais, em termos estruturais, já estão preparadas para esse grande desafio da meta para 2023?

AC: Do ponto de vista comercial, mesmo sem a CNV, alguns sistemas regionais já tinham uma cultura forte de venda. Na minha percepção, o que a campanha fez foi equalizar isso. Ela despertou as equipes que não tinham estrutura comercial e ajudou a aperfeiçoar as que já tinham essa visão e comprometimento. Além disso, também deu mais direcionamento e experiência às equipes de vendas, alertando sobre a necessidade

de se ter executivos destinados especificamente à área comercial, tendo a CNV como direcionador. O grande desafio atual é atrelar as grandes metas a esse cotidiano porque, até então, estavam voltadas para produtos e serviços. Agora o foco é para os resultados.

FC: Para trabalhar a CNV 2021, foram estabelecidas cinco metas (cooperados, crédito, captação, rentabilidade e índice de cobertura). Por que trabalhar esses indicadores? Qual o peso de cada um nas expectativas do Sicoob?

AC: Existem outros indicadores, mas a gente entende que esses cinco são os que, de alguma forma, garantem a sustentabilidade do negócio. O Sicoob precisa de base de cooperados para gerar mais negócio. De maior oferta de crédito porque é a alavanca de crescimento. O índice de cobertura diz respeito ao gasto, com mais zelo, daquele resultado gerado. E a rentabilidade é a linha final de tudo aquilo que é movimentado, o que efetivamente fica de resultado para o associado e para a cooperativa se manter. Em termos de peso para o Sicoob, acredito que são fatores que se equilibram, pois um impacta o outro. O que entendemos como base fundamental é mesmo o número de cooperados. A gente tem, urgentemente, que duplicar e triplicar essa base para tracionar os demais indicadores, vender mais e gerar mais resultados.

FC: Para esse alcance desafiador, o Sicoob traçou alguma ação específica, comercialmente mais agressiva, em termos digitais?

AC: Sim. Reestruturamos a associação digital já com essa mentalidade. Tiramos algumas amarras que existiam no processo digital, como documentos e informações que nos deslocavam muito do mercado. Entregamos em dezembro essa modificação, com um aplicativo único para todas as transações no Sicoob e mudamos a experiência. Já estamos tendo alguns resultados de crescimento e elevando o índice de aprovação. Agora faremos uma campanha muito forte em relação à captação, especialmente no mundo digital que tem um fluxo ilimitado de aprovação de cooperados. Reforçamos fortemente com as singulares que a associação digital tem que ser um grande captador de associados. Hoje a relação é de 92% entrando pelo meio físico e 8% pelo digital, o que é muito baixo. Queremos, no mínimo, atingir o percentual de 15% dos novos cooperados se associando digitalmente.

FC: Como esses meios digitais, com conquistas mais escalonáveis, poderão contribuir para a perenidade do Sicoob e como as cooperativas devem se preparar para isso?

AC: Tem um movimento natural das pessoas irem para o digital. No Sicoob talvez isso ocorra mais lentamente por causa do modelo que temos e até mesmo pela interiorização, mas ele vai acontecer. Estamos trazendo os canais digitais e tentando fazer as cooperativas compreenderem que o *on-line* não vai disputar com o físico. Ele vai complementar com características como: disponibilidade, atendimento 24 horas, 7 dias por semana; com facilidade; e com custo menor de operação para a cooperativa. Essa é a lógica que queremos levar para as singulares: as agências físicas vão continuar sendo importantes para o relacionamento mais próximo e consultivo, que são fundamentais para a promoção do cooperativismo. Mas o mercado pressiona para oferecer produtos e serviços no digital, ou seja, não temos mais que pensar se eu quero ter ou não, se é bom ou ruim. Agora é fundamental para não sairmos em desvantagem no mercado.

FC: Outra novidade é a apuração dos resultados. Além de alcançar as metas de produtos e serviços, também será necessário ter boa performance nas cinco metas. Como você avalia o impacto dessas mudanças para as cooperativas?

AC: Mantivemos o formato de premiação de conjunto da obra, considerando o desempenho em todos os produtos e serviços, mas acoplamos as grandes metas. Com isso, o reconhecimento nacional vai ocorrer de forma mais ampla, premiando as cooperativas que tiveram bom desempenho comercial e um resultado sustentável também de excelência. Nossa expectativa é de que isso seja como um selo qualificador, pois as singulares que ganharem agora o conjunto da obra na CNV serão referência não somente em comercialização, como em gestão, de forma ampliada, porque elas trabalham produtos e serviços e seus resultados de maneira eficiente.

FC: Como deve ser o comportamento das cooperativas diante dessas novidades da CNV e das metas projetadas para 2023?

AC: A primeira coisa é entender o que está sendo colocado e compreender que estamos trabalhando um planejamento de mais longo prazo, no qual o jogo não se ganha somente no primeiro ano. A CNV começou agora em 2021 e vai ser finalizada em 2023,

passando por avaliações anuais. Dessa forma, as singulares devem se organizar para uma visão a longo prazo, abrindo caminho para olhar para um futuro mais distante. A orientação é de que não tentem abraçar todos os indicadores, produtos e serviços de uma única vez, mas, sim, trabalhem cada um de forma escalonada, tentando dar foco nos que fazem mais sentido para a sua realidade e, assim, chegar em 2023 com índices bons em todos eles.

FC: De que forma as ações da CNV vão contribuir para o alcance das novas metas sistêmicas?
AC: Toda a agenda da CNV, que antes tinha uma visão de produtos, sofreu uma readequação para dar mais relevância aos períodos. Estamos, neste momento, no Período Tomador, então todos estão com foco voltado para a comercialização do crédito, até mesmo o time de seguro, por exemplo. Criamos períodos mais alongados nas campanhas, com mais produtos dentro de cada um, para não ficar dependendo muito de uma única ação, e tentar gerar uma cadência maior de venda durante todo o ano. Pensamos nas metas de negócio, como já vinha acontecendo, mas também nas grandes metas, que vão contribuir para o crescimento e sustentabilidade do Sicoob.

GESTÃO

A IMPORTÂNCIA DA PRECIFICAÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DO SICOOB

Entre as grandes metas do Sicoob para o próximo triênio, os índices de cobertura e a rentabilidade das cooperativas merecem atenção especial. Ambos estão diretamente ligados à tabela de precificação que o Bancoob disponibiliza mensalmente para as filiadas.

Para a superintendente de Negócios da Central, Valéria Matos, do ponto de vista de qualidade, os produtos e serviços já estão bem consolidados no mercado. "O que as cooperativas precisam entender agora é a necessidade de precificar adequadamente seu portfólio, de forma que ele tenha um custo competitivo e, ao mesmo tempo, traga rentabilidade para a singular", avalia.

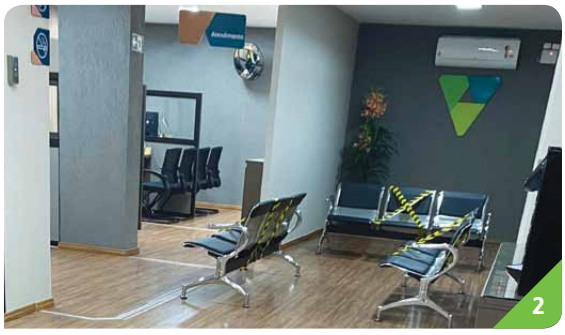
Como explica a gerente Financeiro da Central, Pérola Salles, as condições básicas do Sicoob, de certa forma, determinam um *benchmarking* para as cooperativas do sistema. "As taxas e custos ali estabelecidos servem de balizadores, como custo de oportunidade e montagem de sua própria política de negócios, adequando ao perfil do associado e região em que ela está inserida", destaca.

Segundo ela, da mesma forma, o crédito concedido pela Central, serve de balizador para as taxas pagas em captação de depósitos para as filiadas. Considera ainda, que dentro dos patamares da CNV, as singulares têm vários benefícios e produtos altamente rentáveis. "No atual momento de Selic baixa e crise econômica, é a hora certa para as cooperativas trabalharem na adequação da taxa de captação e no aumento da qualidade do crédito que, tratados com gestão adequada e segura, os resultados propostos pela Campanha Nacional devem ser alcançados de forma relativamente fácil", destaca Pérola.

Para Angelo Curbani, essa preocupação com os resultados que devem vir com as novas regras da CNV exige o amadurecimento das singulares. Se nas edições anteriores a preocupação era a comercialização para alcance das metas, agora é preciso priorizar a venda mais bem feita, aquela que vai gerar o maior resultado possível para a cooperativa. "O que a gente quer que elas entendam é que dá para trabalhar em uma média um pouco maior, porque, na maioria das vezes, a taxa de um nível superior à aplicada atualmente ainda é mais baixa que as disponíveis no mercado", enfatiza. Isso, inclusive, abre margem para uma melhor negociação quando o associado pede um desconto, por exemplo. "Dentro das técnicas de venda este é um dos pontos importantes: não entregar a melhor condição na saída. O pensamento é o seguinte: se eu tenho uma meta de um bilhão de consórcio, vendo um bilhão de consórcio. Mas posso comercializar o produto a uma taxa de 6,5% ao invés de 6%. Assim, continuo competitivo no mercado, mas meu resultado no final é muito maior, o que melhora a minha rentabilidade e ainda pode me garantir um troféu conjunto da obra lá no final", analisa.

COOPERATIVAS

ampliam rede de atendimento em Belo Horizonte



1 e 2 - DIA 17 DE DEZEMBRO - SICOOB COOPEMATA
Inauguração da agência Floresta, na capital mineira. Com 277,5 m², o novo PA possui um ATM e quatro funcionários, sendo dois gerentes e dois atendentes. A proposta é focar em negócios e promover um atendimento mais próximo, através de visitas agendadas, além de incentivar o uso do Sicoobnet. Por isso, a unidade está estrategicamente localizada em uma área de forte comércio e possui apenas terminais de autoatendimento, sem caixa executivo, e com número reduzido de funcionários. Endereço: Avenida do Contorno, nº 1.454, bairro Floresta - Belo Horizonte.

3 e 4 - DIA 22 DE DEZEMBRO - SICOOB NOSSACOOP
Inauguração da agência Pampulha, em Belo Horizonte. O gerente de Negócios e quatro funcionários irão atender, prioritariamente, cooperados PJ, atuando de forma mais personalizada para construir laços comerciais e explorar o potencial de negócios da região. O espaço tem 120 m² e a unidade não possui caixa executivo, apenas terminais de autoatendimento. Em breve, terá um terminal reciclador, tecnologia que utiliza para os saques as cédulas depositadas, torna a operação mais eficiente, oferece mais disponibilidade para os cooperados e economia com o transporte de valores. Endereço: Avenida Portugal, nº 2.096, Santa Amélia.

CORREÇÃO

CONEXÃO SICOOB PASSARÁ PELA CIDADE DE MONTES CLAROS

Na edição 302 da FOLHA DA CENTRAL, divulgamos equivocadamente que, em 2021, o Conexão Sicoob passaria por Caratinga. Corrigindo a informação, a rota oficial do projeto vai passar por cooperativas filiadas ao Sicoob Central Cecremge nas cidades de Itajubá e MONTES CLAROS.

CONTABILIDADE

BALANCETE PATRIMONIAL

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

Novembro/2020

ATIVO	Em Reais
ATIVO CIRCULANTE	7.350.575.684,48
Disponibilidades	3.000,00
Aplicações Interfinanceiras de Liquidez	4.960.926.727,63
Aplicações em Operações Compromissadas	651.596.398,68
Aplicações em Depósitos Interfinanceiros	4.309.330.328,95
Títulos e Valores Mobiliários	2.069.188.244,40
Carteira Própria	2.069.188.244,40
Operações de Crédito	315.550.566,47
Operações de Crédito	315.550.566,47
Setor Privado	317.715.840,83
(-) Prov.p/Op. De Crédito de Liq.Duvidosa	(2.165.274,36)
Outros Créditos	4.147.012,40
Rendas a Receber	3,33
Diversos	4.179.075,07
(-)Prov. p/ Outros Créd. de Liq. Duvidosa	(32.066,00)
Outros Valores e Bens	760.133,58
Outros Valores e Bens	546,64
Despesas Antecipadas	759.586,94
PERMANENTE	188.286.138,98
Investimentos	176.123.484,68
Outros Investimentos	176.123.484,68
Imobilizado de Uso	11.816.583,51
Imóveis de Uso	6.002.927,88
Outras Imobilizações de Uso	9.288.546,08
(-) Depreciações Acumuladas	(3.474.890,45)
Intangível	346.070,79
Outros Ativos Intangíveis	5.751.535,64
(-) Amortização Acumulada Ativos Intangíveis	(5.405.464,85)
TOTAL DO ATIVO	**7.538.861.823,46**

PASSIVO	Em Reais
PASSIVO CIRCULANTE	7.246.171.925,31
Depósitos	685.998,87
Depósitos a Prazo	685.998,87
Relações Interfinanceiras	7.223.515.080,73
Outras Obrigações	21.970.845,71
Sociais e Estatutárias	4.704.052,52
Fiscais e Previdenciárias	360.292,16
Diversas	16.906.501,03
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	289.764.652,31
Capital Social	
Cotas - País	256.981.253,93
Reservas de Lucros	29.507.317,88
Sobras ou Perdas Acumuladas	3.276.080,50
CONTAS DE RESULTADO	2.925.245,84
(+) Receitas Operacionais	68.875.707,97
(-) Despesas Operacionais	(65.785.704,63)
(+) Receitas Não Operacionais	132,36
(-) Despesas Não Operacionais	(9.523,51)
(-) Imposto de Renda	(1.812,80)
(-) Contribuição Social	(1.812,80)
(-) Participações no Lucro	(151.740,75)
TOTAL DO PASSIVO	**7.538.861.823,46**

Luiz Gonzaga Viana Lage
Presidente do Conselho de Administração

Samuel Flam
Diretor Financeiro e Administrativo

Irany Márcia Pimenta
Contadora
CRC/MG 48.377

EXPEDIENTE

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 de Administração:
Luiz Gonzaga Viana Lage - **Presidente do Conselho de Administração**
Cristiano Felix dos Santos Silva - **Vice-presidente**
Adarlan Rodrigues Fonseca
Carla Maria Gonçalves Corrêa Generoso
César Augusto Mattos
Charles Drake Guimarães Gonçalves
Darcy da Silva Neiva Filho
Garibalde Mortoza Júnior
Ivo de Tassis Filho
Jacson Guerra Araújo
João Carlos Leite
Ramiro Rodrigues de Ávila Júnior
Ronaldo Siqueira Santos
Silmon Vilela Carvalho Junqueira
Urias Geraldo de Sousa

Conselho Fiscal:
Antônio de Ávila e Silva
Ariano Cavalcanti de Paula
Claudinei da Conceição Assis de Oliveira
Nilson Antônio Bessas
Osmano Diniz França
Rui Rezende Souza

Diretoria Executiva:
Diretor Financeiro e Administrativo:
Samuel Flam
Diretor de Supervisão e Controle:
Alfredo Alves de Oliveira Melo
Diretor de Desenvolvimento e Negócios:
Márcio Olívio Villefort Pereira

Superintendente Administrativo e Financeiro:
Geraldo Martins Alves

Superintendente de Negócios:
Valéria Lilia de Matos

Redação e editoração:
A2 Comunicação & Marketing
(31) 3243 8660 – www.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 Thaynara Tanure

CTP e impressão: Imprimaset
Tiragem: 1.000 exemplares

As matérias assinadas são de inteira responsabilidade de seus autores.

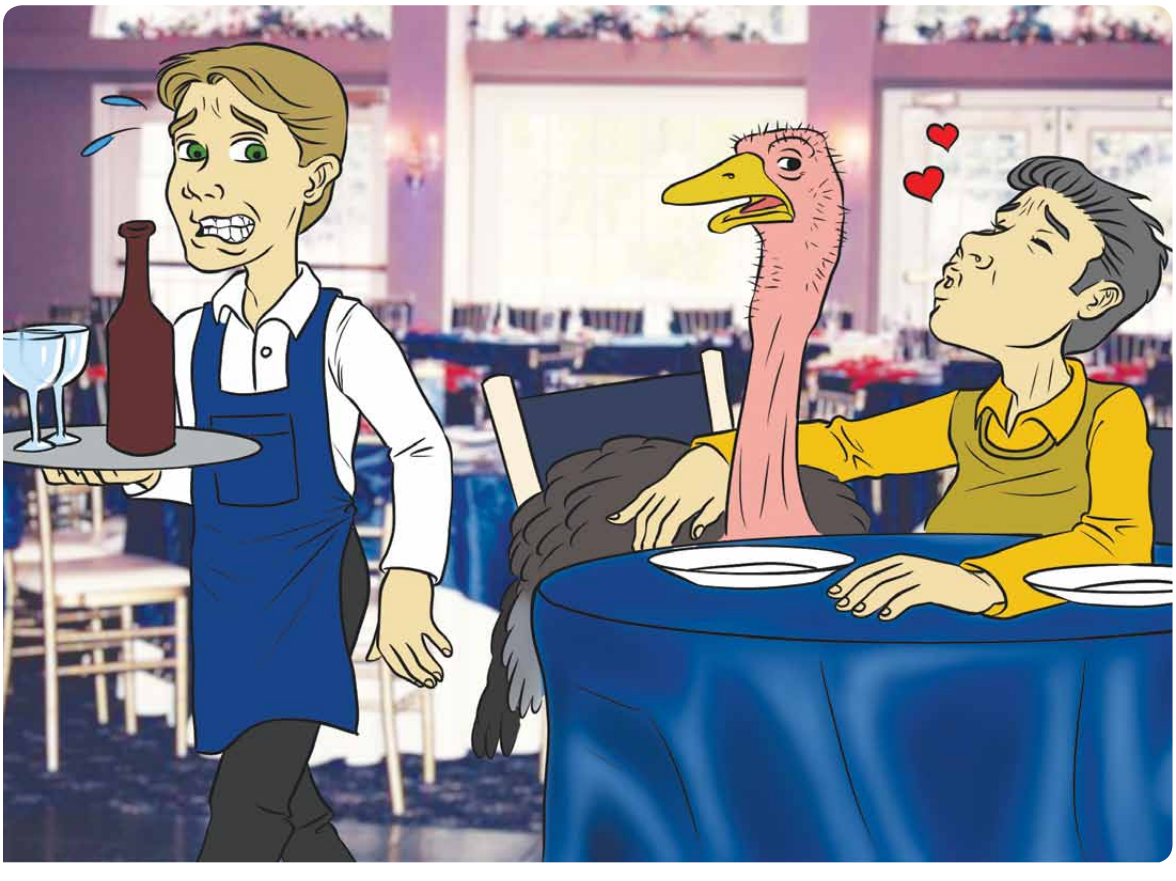
O ZÉ O A AVESTRUZ

Nessas nossas caminhadas por este mundo de meu Deus encontramos, certo dia, lá em Nova Era, nas beiradas do Rio Piracicaba, vindo de uma pescaria, o Jacson. Isso mesmo, o Jacson.

Conversa vai, conversa vem, me conta ele que estava chegando de São Domingos do Prata. Lá esteve com um primo e esse lhe diz que encontrou num monte de ferro velho uma lâmpada maravilhosa e fez uso dela. Num desses usos, entrou num restaurante e pediu para ele e a acompanhante, o melhor prato. Pergunta ao garçom o preço, R$ 280,00 pros dois, você e a avestruz.

No outro dia, com sua companhia inusitada vai a outro restaurante, mais chique, e faz um pedido, que a avestruz concorda e a conta fica em R$ 550,00. Zé Suelly, que a tudo assistia, ficou curioso. Afinal, que diabos de coisa é essa? – pergunta aos seus botões. Da pergunta aos botões, foi até a mesa onde almoçava o casal esquisito.

– Pô, o que está havendo? É um caso entre você e esse pássaro?

– Eh! Suelly, é sim. Lustrei a lâmpada que achei e fiz o pedido de que nunca faltaria dinheiro para as refeições, pra mim e pra minha acompanhante, e tem dado certo. Pedi também ao gênio uma namorada de 1,80 de altura, pernas longas, pescoço comprido, bunduda e que nunca discordasse de mim. Deu no que deu, ganhei uma avestruz para o resto da vida. Ah! Outra coisa, não é da sua conta não, já estou me afeiçoando a ela.

Luiz Gonzaga Viana Lage
Presidente do Conselho de Administração