

Sistema OCB · 12 de agosto

Palestra

O papel da comunicação institucional na cultura cooperativista

oficina



Patrícia Marins

Sócia-fundadora da Oficina Consultoria, cofundadora do WOB (Women on Board) e conselheira do Movimento Expansão e do MeToo Brasil. Professora no Instituto Rio Branco e na Fundação Dom Cabral, autora de "Muito Além do Media Training — O Porta-voz na Era da Hiperconexão".

Jornalista com mestrado em comunicação pública pela George Washington University e especialização em gestão estratégica pela Fundação Getúlio Vargas. Especialista em comunicação estratégica, gestão de crise e posicionamento institucional.

Lidera a primeira comunidade as service do Brasil, um ecossistema que reúne mais de 45 empresas especializadas em gerar impacto reputacional.



LinkedIn

linkedin.com/in/patriciamarins





O que vamos discutir hoje

- ❑ Por que comunicação não pode ser bombeiro
- ❑ O cooperado como público, dono e força social
- ❑ O salto: de assessoria para gestão de reputação
- ❑ Dois cases, uma mesma lógica de proteção
- ❑ Um plano prático para começar na cooperativa

oficina

*“A comunicação não
pode ser bombeiro,
ela precisa estar na
estratégia.”*

Cultura cooperativista **não sobrevive
sem comunicação institucional.**

oficina



O cooperativismo como força institucional

29 milhões

de cooperados

R\$ 848,4 bi

movimentados em 2025

613,4 mil

empregos gerados

4.400

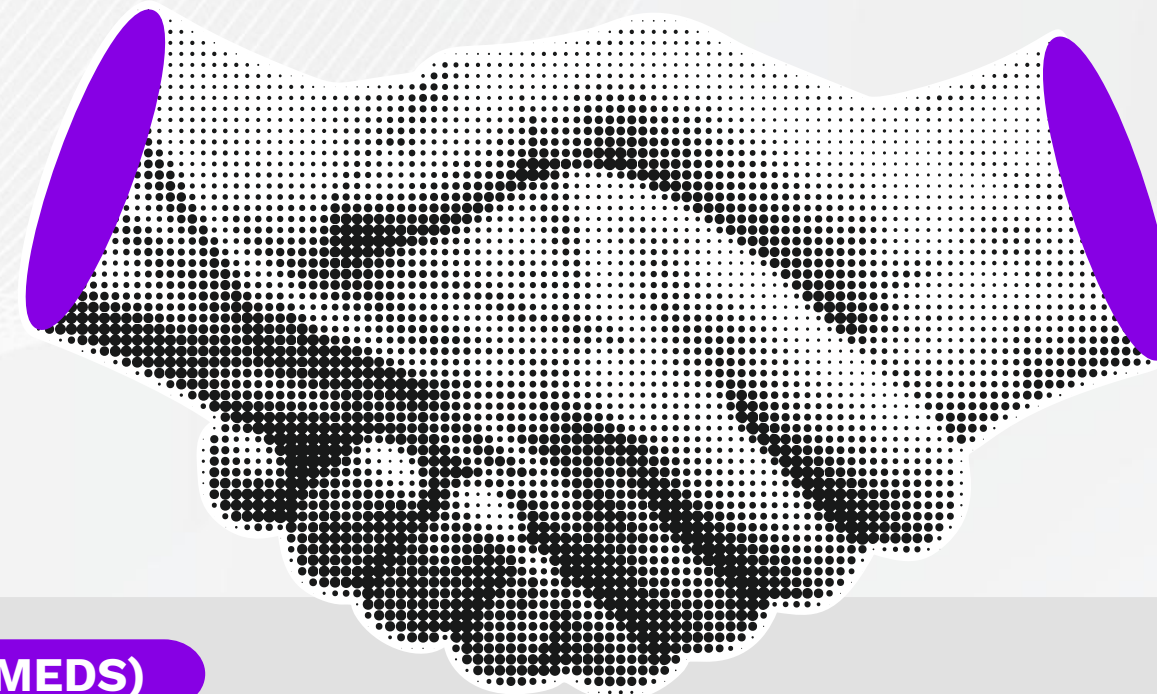
cooperativas em 3.425
municípios

- Presença em quase 62% dos municípios brasileiros
- Geração de renda, emprego e propósito social
- Crescimento acelerado da base de cooperados

Fonte: AnuárioCoop 2026 (Sistema OCB) — dados de 2025

oficina

O cooperado não é um público único



AGROPECUÁRIO

Produtores rurais

Engajamento em redes sociais e WhatsApp, segmentação de canais e transparência — o que se fala na ponta reverbera na cooperativa toda.

SAÚDE (UNIMEDS)

Médicos, donos e trabalhadores do plano

Comunicar com quem vive entre cirurgia e consultório. As Unimeds respondem por cerca de 1/3 do mercado de saúde suplementar.

CRÉDITO

Correntistas e tomadores de crédito

Comunicação de massa, quase um balcão de vendas — milhares de cooperados, pouca proximidade individual.

TRANSPORTE

Motoristas de cargas

Saúde e segurança no trabalho, prevenção a drogas e álcool, direitos humanos — cliente e força de trabalho ao mesmo tempo.

oficina

*De assessoria
de imprensa
a guardiã da
reputação*

oficina



ANTES E DEPOIS

Quando a assessoria vira gestão de reputação

ASSESSORIA QUE COBRE

- ☐ Entra depois da decisão
- ☐ Organiza pauta e calendário
- ☐ Mede volume e alcance
- ☐ Responde quando é acionada
- ☐ Fala para públicos

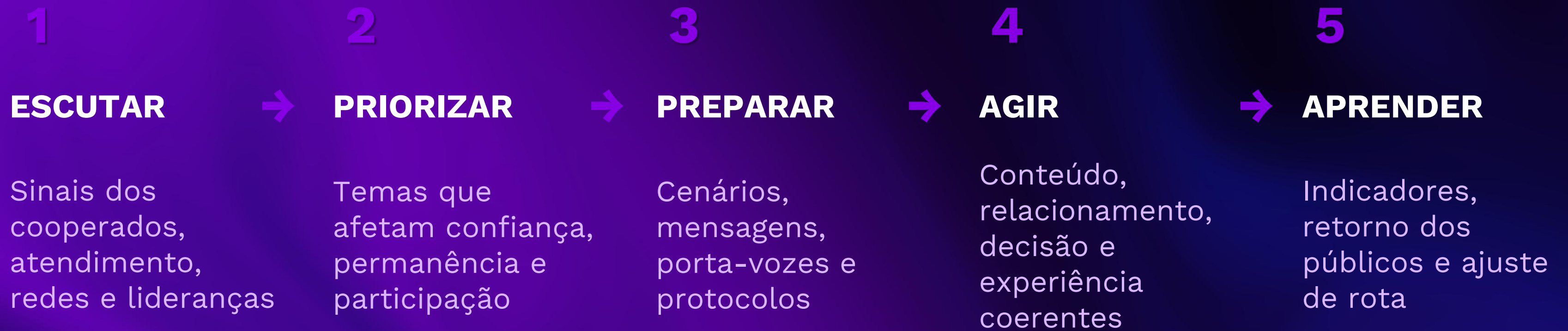
GESTÃO QUE PROTEGE

- + Participa antes da decisão**
- + Mapeia riscos e expectativas
- + Mede confiança e comportamento**
- + Prepara cenários e respostas
- + Escuta e constrói com públicos

A mudança não é de canal. É de lugar na tomada de decisão.

oficina

Planejamento começa antes do calendário



Calendário é saída. Estratégia começa na leitura de risco.

INTERAÇÃO — 4 MINUTOS

Radar rápido: onde a reputação está mais exposta?

Escolha um tema real da sua cooperativa.

1. Quem pode se sentir ignorado?

2. Que promessa pode ser questionada?

3. Qual sinal mostraria perda de confiança?

DUPLAS

2 min

PLENÁRIA

2 respostas

***Aqui começa o planejamento reputacional:
antes de produzir a peça.***

oficina

CASE 1 - CRÉDITO

Sicredi: transformação digital com “essência humana”

Fonte: cooperativismodecredito.coop.br, 2025

🕒 5 min de leitura • 👁 Atualizado em 14/07/2025

A transformação digital com essência humana: a jornada do Sicredi apresentada por César Bochi na WCUC 2025

De 14 a 16 de julho de 2025, a cidade de Estocolmo, na Suécia, está sendo o palco da **WCUC 2025 – Conferência Mundial das Cooperativas de Crédito**, promovida pelo **WOCCU (World Council of Credit Unions)**. Em sua 20ª edição, o evento acontece no moderno centro Stockholmsmässan e tem

c
g
N
S



**Thiago
Rossoni**

Diretor de Produtos e Serviços
do Sicredi

Com a IA, melhoramos a experiência dos nossos associados, reduzimos a carga operacional no dia a dia das nossas equipes e potencializamos o tempo do nosso gerente de negócio para reforçar o nosso diferencial, que é o relacionamento próximo e humano.



ação digital, inclusão financeira e

ardadas foi a do Diretor Executivo do
ilhou a trajetória da instituição na

oficina

CASE 1 — CRÉDITO

Sicredi: digitalização sem apagar a relação cooperativa

CONTEXTO

Serviços financeiros migraram para o digital, com risco de a conveniência diluir proximidade e pertencimento.

AÇÃO

A transformação foi apresentada como mudança tecnológica e humana, conectada à essência cooperativista.

PROTEÇÃO

Preservar confiança e diferenciação em um mercado no qual todos oferecem aplicativos.

APLICAÇÃO

Toda inovação precisa dizer: o que muda, o que permanece e como o cooperado participa.

oficina

CASE 2 - GOVERNANÇA

Sicoob: Live com Cooperados



PRÉ-ASSEMBLEIA
LIVE COM COOPERADOS



PARTICIPAR

É UMA ESCOLHA QUE DÁ RESULTADOS

Dia 25 de Março às 19h00 | no Youtube Sicoob Unicoob

Ao participar da live e da votação você:

Garante 1 brinde da sua escolha:

Copo térmico, Guarda Chuva ou
Necessaire



**Concorra a Vales
Poupança:**

Mais de 70 chances

CONCORRA A
R\$150 MIL
EM VALES
POUPANÇAS

CASE 2 — GOVERNANÇA

Sicoob Integrado: transparência que convida à participação

8 mil+

cooperados na
pré-assembleia ao vivo

CONTEXTO

Governança pode parecer distante ou burocrática.

AÇÃO

Pré-assembleia ao vivo, com escala e acesso ampliado.

PROTEÇÃO

Legitimidade das decisões e confiança no processo.

APLICAÇÃO

Transparência precisa criar participação, não só publicar informação.

oficina

ROTINA

Um plano de reputação cabe em uma página

TEMA

**Qual
decisão ou
tensão
merece
atenção?**

PÚBLICOS

**Quem afeta,
quem é
afetado,
quem
amplifica?**

RISCO

**Que
confiança
pode ser
perdida?**

RESPOSTA

**Que decisão,
mensagem e
experiência
precisam
alinhar?**

SINAL

**Como
sabemos
se a
confiança
mudou?**

Use antes de organizar campanhas, anúncios, mudanças e temas sensíveis.

oficina

PRIMEIROS 90 DIAS

Comece pequeno, mas comece pela decisão

30 DIAS

Escuta

Consolidar sinais de atendimento, redes, cooperados e lideranças.

60 DIAS

Prioridade

Escolher três temas reputacionais e definir responsáveis.

90 DIAS

Governança

Testar plano, protocolo, porta-vozes e indicadores em um tema real.

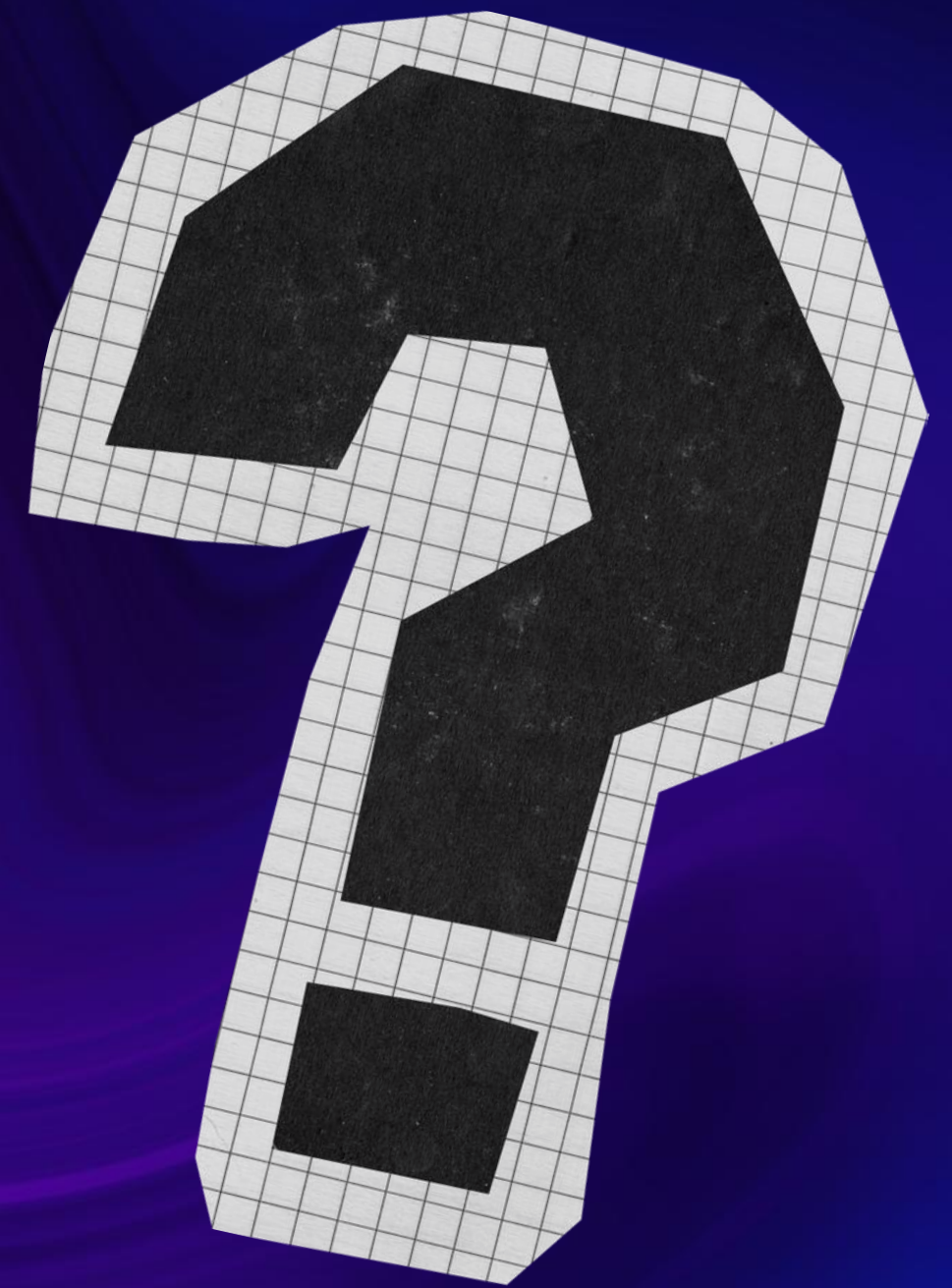
oficina

REFLEXÃO

3 perguntas para levar para a sua cooperativa

- 1** A comunicação entra antes ou depois das decisões?
- 2** Qual confiança estamos tentando proteger em cada pauta?
- 3** Se um cooperado saísse hoje, sua cooperativa saberia por quê?

oficina

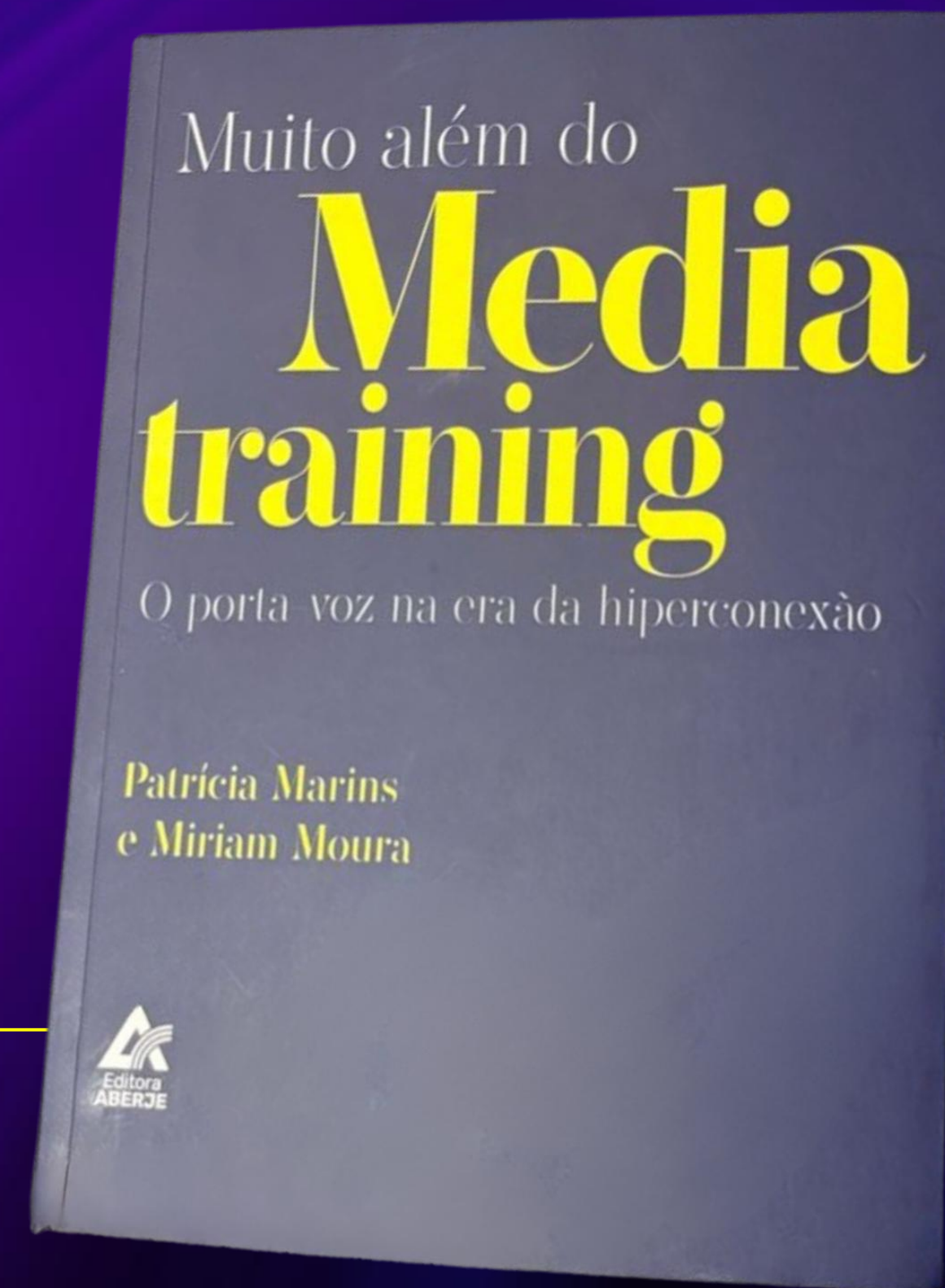


**Quando a comunicação
entra na decisão,
reputação deixa de
ser acaso.**

oficina



Aponte a câmera do
celular para o QR
Code e adquira o livro!



OBRIGADA!

Patrícia Marins



@patmarins



/patriciamarins



Oficina Consultoria



Oficina Consultoria