

R E L A T Ó R I O

COOPERATIVISMO NA ANUGA SELECT BRAZIL 2025

O que a feira ensina para cooperativas que
atuam no mercado de alimentos e bebidas



negócios **coop**



Sistema**OCB**

CNCOOP | OCB | SESCOOP

Apresentação

A **Anuga Select Brazil**, edição nacional de uma tradicional feira europeia do setor de alimentos e bebidas, aconteceu entre os dias 8 e 10 de abril no Distrito Anhembi, na cidade de São Paulo.

Reunindo organizações diversas no setor, a sexta edição da **Anuga Select Brazil** apresentou tendências de mercado e oportunidades para fazer negócios. O estande do **Sistema OCB** reuniu 12 cooperativas, que tiveram a chance de mostrar seu trabalho para público nacional e internacional.

A edição brasileira também alcançou números expressivos, como:

- 16 mil visitantes
- 510 marcas expositoras
- 37 pavilhões (20 nacionais e 17 internacionais)

A Anuga Select Brazil promoveu palestras e discussões essenciais para todas as áreas ligadas à alimentação, de produtores a varejistas. Além disso, houve a Mega Rodada de Negócios com a participação de 60 compradores que gerou 2.654 reuniões.

Confira neste relatório os destaques e tendências da feira, assim como os detalhes sobre a participação do cooperativismo. Boa leitura!



Tendências de mercado

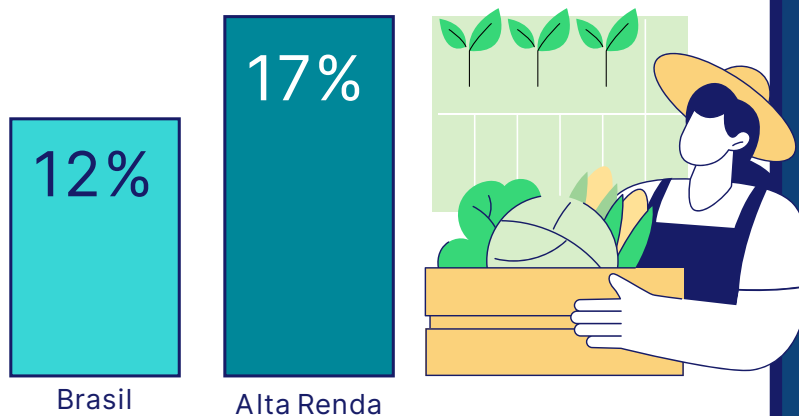
O comportamento do consumidor vem se transformando com o passar do tempo e as mudanças de hábitos. O mercado de alimentos e bebidas não está isolado desse fenômeno. Algumas tendências prevalentes no ramo ficaram em evidência durante os três dias de Anuga Select Brazil.

Sustentabilidade

- **A sustentabilidade é um fator que 70% dos consumidores brasileiros consideram na hora de comprar**, segundo a pesquisa Consumer Pulse 2025, da Bain & Company. A produção amigável ao meio ambiente, no entanto, precisa estar aliada a bom preço: somente 12% aceitariam pagar mais por esse valor agregado.

12% dos brasileiros estão dispostos a pagar mais caro por produtos sustentáveis

Você pagaria a mais por produtos sustentáveis
% de respondentes no Brasil, Jan 25



Fonte: Consumer Pulse 2025

- **As empresas do ramo de alimentação e bebidas têm respondido à demanda.** Para o cooperativismo, ser sustentável não é novidade. Zelar pelo meio ambiente e pela comunidade está nos princípios do movimento, e cabe às cooperativas destacarem esses aspectos como diferenciais de marca.
- **Lançamentos e novidades da Anuga Select Brazil evidenciam o foco sustentável.** Alguns dos diversos exemplos presentes na feira são:
 - Erva mate da Zampier, produzida em um sistema que preserva a biodiversidade das florestas.
 - Destilados sustentáveis da AMZ Tropical, que combinam bebidas alcoólicas com sabores tradicionais da Amazônia.
 - Saco kraft da SacoEcoMulti, embalagem para delivery de fast food que carrega comidas e bebidas e facilita a reciclagem.

Saúde

- **As pessoas se importam com o valor nutricional daquilo que consomem.** Segundo a pesquisa Food Barometer 2024, da Sodexo, o valor nutricional é o terceiro critério mais importante para o consumidor em seus processos decisórios, atrás somente de preço e sabor. A composição dos alimentos e a presença de proteínas, carboidratos, glúten, lactose e afins é avaliada.

Critérios para a escolha de produtos alimentares:

Preço:

73%

Sabor:

61%

Valor nutricional:

50%

Composição/ingredientes:

48%

Prazer que você terá ao comer:

37%

Marca:

35%

Conveniência do produto:

32%

Aparência/acondicionamento /embalagem:

32%

Rótulos e certificações:

31%

Impacto ambiental:

27%

Produto de origem local:

27%

Fonte: Food Barometer 2024

- **Alimentar-se de forma saudável faz parte de um estilo de vida.** Atualmente, vem ganhando força uma visão de saúde holística, em que as pessoas buscam o bem-estar através do cuidado com o físico e o mental. Nesse sentido, os alimentos e bebidas passam a refletir a identidade do consumidor, seja pelos seus hábitos - como a prática de exercícios físicos - ou por suas crenças - os movimentos vegetariano e vegano, por exemplo.
- **Em todos os cantos da Anuga havia algum produto que destacava a própria saudabilidade.** A percepção de que um alimento é rico em nutrientes só é alcançada se a marca explorar essa característica. É importante mostrar que fazer uma refeição é mais do que simplesmente comer, mas também gerar uma experiência com benefícios à saúde do consumidor.

Valorização dos negócios locais

- **Cada culinária é um tesouro a ser explorado.** *“Os sabores e os ingredientes típicos são uma forma de municípios ou regiões mostrarem o que têm de melhor no mercado nacional”*, destaca Bruno Lopes, gestor da carteira de alimentos e bebidas do Sebrae Nacional. Tanto pequenos empreendimentos quanto organizações mais consolidadas podem se beneficiar dessa prática.
- **O cooperativismo representou esta tendência na Anuga Select Brazil.** Diversas cooperativas presentes no estande do Sistema OCB levaram ao público nacional e internacional produtos típicos de sua região – confira mais detalhes sobre a participação de cada coop na sequência deste relatório.



Cooperativismo na Anuga 2025

O estande da Sistema OCB contou com 12 cooperativas agropecuárias de vários portes. Foram cooperativas agropecuárias que comercializam alimentos e bebidas, de seis estados diferentes do Brasil.

Jean Fernandes, analista de negócios do Sistema OCB, destacou as possibilidades que surgem ao frequentar a Anuga:

"Participar da Anuga Brazil é uma oportunidade estratégica para as cooperativas. Além da troca de experiências com visitantes altamente qualificados – como distribuidores, fornecedores, atacadistas e importadores –, a feira também oferece um ambiente ideal para lançamentos de produtos e para testar a aceitação dessas novidades diretamente com os visitantes. Esse contato direto gera insights valiosos e tende a orientar futuras decisões comerciais das cooperativas".

Saiba como foi a experiência para cada coop

Coopercuc

A **Cooperativa Agropecuária Familiar de Canudos, Uauá e Curaçá (Coopercuc)**, foi fundada em 2004 por ativistas de movimentos sociais que desejavam organizar sua produção e comercialização. Atualmente, é formada por 285 cooperados, sendo 80% por mulheres, que seguem firmes nesse objetivo.

José Gonçalves, coordenador comercial, conta que os resultados e impressões sobre a Anuga foram positivos. “A Coopercuc considera muito importante a participação no evento, levando em conta a estrutura de alto nível, a segurança e a organização impecável. Nosso objetivo no evento foi apresentar nossos produtos a novos consumidores, o que de fato aconteceu”, concluiu.

O que fica da participação

Segundo Gonçalves, uma lição que a Coopercuc tirou do evento é a tendência forte da diminuição do consumo de açúcares.

Atuação

Sede: Bahia

Mercado: a cooperativa já atua em todo o estado da Bahia e em São Paulo. Internacionalmente, já exportam para o Reino Unido e outros países.

Serviço/produto: o carro-chefe da cooperativa são os produtos com umbu. A cooperativa trabalha com bebidas, compotas, doces, geleias e polpas.

Sobre a Anuga:

“A cooperativa já participou de várias feiras, inclusive pelo Sistema OCB. A gente vê que essa feira aqui é para fechar negócios. Não é uma feira de vendas, que a gente costuma ir. Foi uma experiência muito boa”, relatou Carla Pereira, diretora financeira da cooperativa.



Coopama

A **Cooperativa Agrária de Machado (Coopama)** surgiu em 1944, na região de Machado, em Minas Gerais. São aproximadamente 3.700 cooperados que atuam no desenvolvimento do agronegócio sul-mineiro. A cooperativa trabalha em diversas frentes, desde a comercialização e armazenagem de café a assistências agrônômicas.

Atuação

Sede: Minas Gerais

Mercado: a cooperativa tem forte atuação no mercado interno, com diversas unidades espalhadas por Minas Gerais, além de exportar café para 15 países.

Serviço/produto: a cooperativa trabalha com silos para recepção de soja, milho, outros cereais e café, uma agência de tratores da marca Landini, além de fornecerem combustível diretamente na fazenda.

Sobre a Anuga:

Na Anuga, a cooperativa levou seus cafés para experimentação - inclusive o carro-chefe e principal faturamento da marca, o café verde especial para exportação.

Daniel dos Reis, gerente do departamento de café da Coopama, apontou que a experiência na feira serve para *“ver tendências, estratégias de marketing e posicionamento das marcas de todo o mercado alimentício”*.



O que fica da participação

Para Reis, a participação permitiu ver o que o mercado está falando sobre café, as tendências comerciais e o que o mundo pensa sobre o grão.



Cemil

A **Cooperativa Central Mineira de Laticínios (Cemil)** é uma central que reúne três importantes associadas: a Coopatos, a Coopervap e a Comadi. Fundada há 32 anos, surgiu em Campo Belo e se consolidou como uma das mais relevantes indústrias de leite e bebidas lácteas de Minas Gerais e do Brasil.



Atuação

Sede: Minas Gerais

Mercado: além de vender para o mercado interno, em 17 estados no Brasil, a Cemil exporta para Venezuela e Argentina.

Serviço/produto: a atuação da Cemil é em especial na área de laticínios. Entre os produtos estão o leite, as bebidas lácteas, e a linha culinária, que engloba, entre outros, o leite condensado e o creme de leite.

Sobre a Anuga:

Para Victor Moreira, analista de trade marketing na Cemil, participar da Feira foi gratificante. "A gente passa a conhecer melhor o mercado, tanto nacional quanto internacional. Tivemos contato com gente de todo mundo, da América Latina, da Europa, Arábia e China", comenta.

O que fica da participação

"A feira agregou bastante para a Cemil, pois expor nossos produtos é sempre importante, além da troca de conhecimento e experiências. Tivemos contatos de clientes em potencial", completou Moreira.



Cogran

A **Cooperativa dos Granjeiros do Oeste de Minas (Cogran)** foi fundada em fevereiro de 1980 por um grupo de produtores rurais que se uniram para criar mais força no ramo do agronegócio. Atualmente, a cooperativa conta com 69 produtores rurais que trabalham com um frigorífico de aves, uma indústria de suíno, um centro de distribuição, uma fábrica de nutrição, um armazém de suprimentos de produtos de agro e duas lojas que vendem os seus produtos.

Atuação

Sede: Minas Gerais

Mercado: a Cogran comercializa em 18 estados do Brasil, de todas as regiões, com exceção do Sul. Buscando ampliar o mercado externo, a cooperativa já começou a exportar para o Japão.

Serviço/produto: os produtos da Cogran incluem cortes de suíno, bovino e aves.

Sobre a Anuga:

"A participação na feira foi uma oportunidade estratégica para ampliar conexões, apresentar os produtos da cooperativa a novos mercados e acompanhar as tendências do setor. Participamos de rodadas de negócios, trocamos contatos com potenciais compradores e distribuidores, além de interagir com outros expositores do setor agroindustrial", relatou Paulo Henrique, superintendente da Cogran.



O que fica da participação

Entre as principais lições aprendidas, Paulo Henrique destaca a crescente valorização por produtos com apelo sustentável, orgânico e com rastreabilidade. *"Os consumidores estão cada vez mais conscientes do impacto ambiental e social dos alimentos que consomem, o que representa uma grande oportunidade para a cooperativa investir em práticas mais sustentáveis",* completou.



Camta

A **Cooperativa Agrícola Mista de Tomé-Açu (Camta)** foi fundada por imigrantes japoneses em 1929, na região de Tomé-Açu, Pará. Hoje contam com 170 cooperados e mais de 1.000 famílias cadastradas que ajudam com o fornecimento de matéria-prima para a produção, cujo foco principal são as polpas de frutas.



Atuação

Sede: Pará

Mercado: a cooperativa atua com metade dos produtos para importação, e a outra metade para o mercado interno, em especial na região Norte.

Serviço/produto: sorbet, óleos vegetais, pimenta-do-reino, amêndoas de cacau e polpas.

Sobre a Anuga:

José Ono, gerente comercial da Camta, revela que a participação na feira chegou a superar as expectativas da cooperativa. "Inúmeros interessados, alguns contatos já com orçamento e entregas de amostras, e outros para exportação", afirmou Ono.

O que fica da participação

"Já conhecemos a feira de longa data, e ela está cada vez melhor. Por ser feira de alimentos somente para empresas do ramo alimentício é bastante proveitoso", explicou Ono no pós-evento.



Cooperoeste

No mercado há 30 anos, a **Cooperativa Regional de Comercialização do Extremo Oeste (Cooperoeste)** surgiu em São Miguel do Oeste, na maior bacia leiteira do estado de Santa Catarina. A cooperativa produz cerca de 600 mil litros de leite diariamente, tornando-se uma das maiores indústrias de laticínios do estado.

Atuação

Sede: Santa Catarina

Mercado: a cooperativa atua fortemente no sul do país, entre Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná. Atualmente, estão chegando no mercado de São Paulo.

Serviço/produto: a Cooperoeste trabalha com aproximadamente 70 produtos na linha dos laticínios.

Sobre a Anuga:

“Avaliamos positivamente a Anuga pelos muitos contatos que tivemos, de futuros parceiros de compra, como também fornecedores de matéria-prima”, ressaltou Gilmar Frigeri, que atua na área comercial da cooperativa.



O que fica da participação

Para Frigeri, a Anuga trouxe vários pontos positivos, incluindo contato com possíveis compradores e prestadores de serviço, além da troca de experiência com os demais participantes.



Aurora Coop

A Cooperativa Central Aurora Alimentos (Aurora Coop) foi fundada em 1969, em Chapecó, Santa Catarina, com o objetivo de proporcionar melhores condições aos pequenos produtores rurais e industrializar a produção de suínos da região. Hoje, o sistema é composto por 14 cooperativas filiadas e mais de 150 mil cooperados.

Atuação

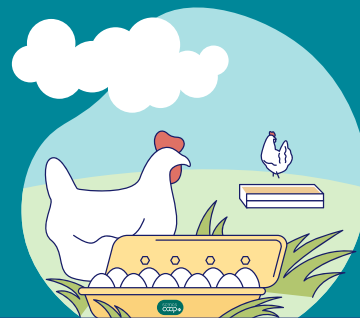
Sede: Santa Catarina

Mercado: a cooperativa tem fábricas no Rio Grande do Sul, Paraná e Mato Grosso do Sul. Além da atuação no mercado nacional, exporta em média para 80 países por ano.

Serviço/produto: o vasto portfólio da Aurora tem como principal foco o processamento de carnes de frango e suína. A cooperativa conta com apoio de terceiros para comercializar outros produtos com base de carne bovina e massas.

Sobre a Anuga:

“Nós participamos com foco maior na Anuga em Colônia e na SIAL Paris, as duas maiores feiras de alimento do mundo. Neste ano decidimos participar aqui no Brasil, conhecer um pouco do evento, fazer uma leitura da estrutura e do que ela pode trazer para o futuro”, detalhou Leandro Merlin, coordenador de marketing internacional da Aurora Coop.



O que fica da participação

“Para mercado externo, o movimento ainda é baixo comparado a uma SIAVS (Salão Internacional de Proteína Animal) ou a uma APAS Show, por exemplo. Mas recebemos alguns clientes do mercado externo, vamos fazer algumas ligações de prospecção. E também alguns contatos novos do mercado interno”, contou Merlin.



Capebe

A **Cooperativa Agropecuária de Boa Esperança (Capebe)** foi fundada em 1962, no sul de Minas Gerais, e é atualmente composta por mais de 9 mil cooperados e 500 funcionários.



Atuação

Sede: Minas Gerais

Mercado: a atuação da Capebe é majoritariamente em sua região, com 11 agropecuárias em 10 cidades do sul de Minas Gerais, mas já exporta café para o Chile.

Serviço/produto: a cooperativa comercializa produtos derivados do leite, como queijos, manteiga, requeijão e doce de leite, e sua linha própria de café.

Sobre a Anuga:

"Nosso objetivo aqui foi expandir a marca Capebe para outros estados, não ficar só na região e no estado de Minas. Costumamos participar de feiras em Minas Gerais, e esta foi a primeira vez em outro estado", disse Ender, representante comercial da Capebe.

O que fica da participação

"Não esperávamos tanto movimento, tantas pessoas degustando nossos produtos. Considero que foi um sucesso", relatou Ender.



Coamo

A **Coamo Agroindustrial Cooperativa** foi fundada em 1970 na cidade de Campo Mourão, no centro-oeste do Paraná. A organização surgiu a partir da união de agricultores da região, que enfrentavam problemas relacionados à falta de tecnologias e à acidez das terras. Após quase 55 anos de existência, a Coamo agora é constituída por mais de 31 mil cooperados e 10 mil funcionários, sendo uma das principais cooperativas agropecuárias do Brasil.

Atuação

Sede: Paraná

Mercado: a Coamo está em 76 municípios dos estados do Paraná, Santa Catarina e Mato Grosso do Sul, e exporta seus produtos para países da Europa, Ásia e América Latina.

Serviço/produto: a cooperativa produz soja, trigo, milho, café e algodão, e também comercializa produtos relacionados a essas culturas.

Sobre a Anuga:

"Buscamos divulgar os nossos produtos, fazer parte desse movimento cooperativista que leva as marcas das cooperativas e seus produtos ao mundo. Nós participamos de várias feiras ao longo da história. Neste ano também vamos participar da APAS", contou Edson Watanabe, coordenador de marketing da Coamo.



O que fica da participação

"Tive diversos contatos com clientes que realmente vieram aqui já com foco em negociação. Apresentei o nosso óleo de soja, o nosso café e os demais produtos. Alguns já tinham conhecimento da cooperativa, mas alguns não conheciam, então tive oportunidade de contar um pouco da história da cooperativa", relatou Thaísa Ferreira, vendedora no canal de exportação da Coamo.



Cocamar

A **Cocamar Cooperativa Agroindustrial** surgiu em 1963, fundada por um grupo de cafeicultores de Maringá, no Paraná, com o objetivo de organizar a produção regional e a comercialização do produto. Atualmente, a Cocamar possui 115 unidades operacionais e mais de 19 mil famílias cooperadas.

Atuação

Sede: Paraná

Mercado: a cooperativa tem unidades nos estados de São Paulo, Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul. A Cocamar também exporta suas commodities e seus produtos.

Serviço/produto: no segmento varejista, a Cocamar comercializa óleos, néctares, bebidas a base de soja, molhos e farinha de trigo. A cooperativa também atua em recebimento e venda de grãos, principalmente soja, milho e trigo.

Sobre a Anuga:

“Nosso objetivo é expandir o negócio, tanto no território nacional, quanto na exportação. Antes desta feira estivemos em Dubai também na Gulfood, ficamos uma semana. Tivemos bons negócios lá também, algumas conversas que estão em andamento. Sempre esperamos divulgar os produtos e trazer novos negócios para a cooperativa, ou alguma parceria que nos ajude”, explica Diego Aliano, gerente de negócios da Cocamar.



O que fica da participação

“Tivemos algumas rodadas de negócios, tanto com o pessoal de outros países como também do mercado nacional”, destacou Aliano.



Coopag

A Cooperativa de Produção

Agropecuária de Giló e Região (Coopag) iniciou suas atividades em 2004, organizando o trabalho de produtores de leite nas regiões de Várzea Nova e Miguel Calmon, na Bahia. Atualmente, é composta por cerca de 300 cooperados.



Atuação

Sede: Bahia

Mercado: a cooperativa vende seus produtos dentro do território baiano, e recentemente conseguiu licença para comercializar em todo o Brasil.

Serviço/produto: a linha de produtos lácteos da Coopag é composta por queijos, manteiga e iogurtes, incluindo sabores de frutas típicas regionais, como umbu e licuri.

Sobre a Anuga:

"Lá na Bahia costumamos participar de praticamente todas as feiras que se tratam de alimentos ou da agricultura familiar. Fora do estado já fomos em algumas, mas a Anuga é uma das que mais nos empenhamos para vir", contou Daniel Jordão, representante comercial da Coopag.

Além de trazer seus tradicionais produtos lácteos para novos públicos, a Coopag levou para São Paulo o macarrão de aipim sem glúten. A ideia de usar a planta - conhecida como mandioca em outras regiões do país - para produzir macarrão surgiu a partir da identificação de sobras de matéria-prima.

O que fica da participação

"Foi muito bom, passou muita gente por aqui, e a expectativa é fechar muitos negócios", relatou Jordão.



Cooperfrigu

Fundada há 40 anos, a Cooperativa dos Produtores de Carne e Derivados de Gurupi (Cooperfrigu) conta com cerca de 1.500 cooperados atualmente.



Atuação

Sede: Tocantins

Mercado: aproximadamente 80% da produção é exportada, tendo a China como principal mercado.

Serviço/produto: a cooperativa comercializa cortes normais e especiais de carne bovina.

O que fica da participação

"O evento foi produtivo, mas dá para perceber a crise que o Brasil está passando. Vi menos movimento, é diferente dos outros países. Mas achei satisfatório", declarou Stival Júnior.

Sobre a Anuga:

"Viemos buscar mais clientes e apresentar nossos produtos para ser levado ao mundo. Estar na feira rende muitos negócios, rende contato. Nós participamos de todas as feiras internacionais através do apoio do Sistema OCB", ressaltou João Stival Júnior, diretor comercial da Cooperfrigu.



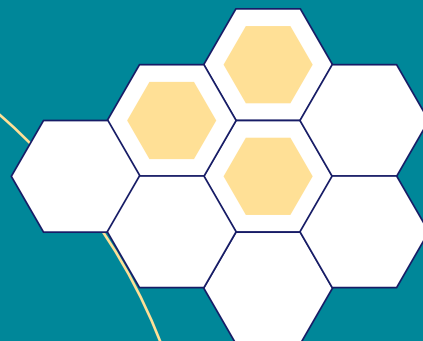
Outras Cooperativas

Comapi: um exemplo de inovação e valorização nacional

Outro destaque da Anuga foi a **Cooperativa Mista dos Apicultores da Microrregião de Simpício Mendes (Comapi)**, apresentada no estande da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil).

A Comapi criou a marca Mel Mesmo para comercializar um mel puro, sem aditivos de outros produtos. “Hoje o mel é o terceiro alimento mais adulterado do mundo, então a gente faz essa provocação no nome”, explica João Victor Sá de Britto, que trabalha na área de operações e impacto socioambiental da Startup Polvo Lab, parceira da cooperativa.

O mel brasileiro costuma ser vendido apenas como commodity. A meta é exportar o produto com seu próprio rótulo, levando a cooperativa brasileira para o mundo ao mesmo tempo em que desenvolve a economia local.



Coplana: um case de sucesso no agronegócio brasileiro

A **Cooperativa Agroindustrial (Coplana)**, que também marcou presença na feira, surgiu para cuidar do beneficiamento e comercialização final do amendoim de produtores rurais de Guariba, em São Paulo.

A Coplana está alinhada com os princípios ESG, aproveitando desde a casca de amendoim, matéria-prima para fazer energia verde, até a película do amendoim, uma fonte de proteínas na alimentação animal. A cooperativa reflete a preocupação do movimento com a sustentabilidade.

Exportando para mais de 40 países da Ásia, União Europeia e América Latina, “a cooperativa está presente em inúmeras sobremesas, doces e snacks que são comercializados para o mundo todo”, destaca Marcelo Mudelão, gerente corporativo de qualidade total da Coplana.



Insights da feira

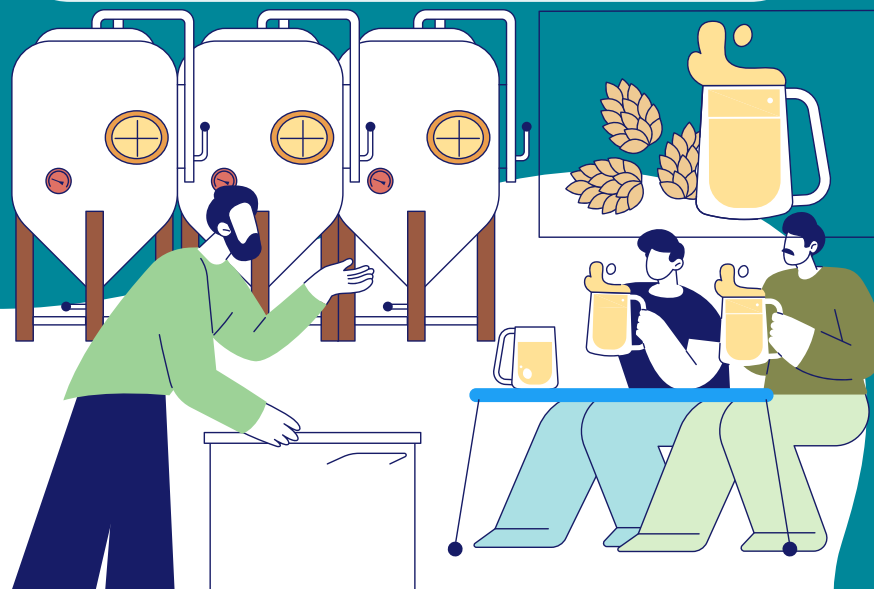
Coops estão se destacando na exportação

- **O mundo é cooperativo!** Na Anuga Brazil, as cooperativas brasileiras se destacaram pela vasta exportação e sucesso mundial de seus produtos.
- Levando a produção local para mais lugares e movimentando a economia brasileira, **o cooperativismo tem um papel fundamental no mercado mundial de alimentos e bebidas.**



Cooperativismo já atende às tendências de sustentabilidade, saúde e valorização dos negócios locais

- O cooperativismo já se destaca pela sua forma inovadora de produzir: **sustentabilidade e valorização do meio ambiente** são preocupações constantes das cooperativas.
- Mais do que nunca, a busca por uma vida saudável virou tendência. As cooperativistas entrevistadas mostraram **atenção para a qualidade dos alimentos**, seja trabalhando com produtos orgânicos, usando menos conservantes ou outras iniciativas.
- **A primeira cerveja orgânica do Brasil é produzida por uma cooperativa. A Cooperativa Agropecuária de Produção e Comercialização Vida Natural (Coopernatural)** esteve na Anuga apresentando seus produtos que vêm diretamente da Serra Gaúcha e dominam o mercado de orgânicos no Brasil e no Mundo.



Preços são uma grande preocupação para o consumidor brasileiro

O cenário comercial no Brasil é ambíguo. Na Palestra “Panorama Geral da Marca Própria”, que aconteceu no segundo dia da Anuga, o palestrante André Khouri levou dados sobre o mercado brasileiro:

- **Efeitos climáticos, expectativa de inflação e aumento nos preços dos alimentos prejudicam o bolso dos brasileiros.** Desta forma, consumidores afirmam que o aumento do custo de vida é o que mais compromete suas finanças.
- **Um consumidor mais cauteloso tende a priorizar preços menores e diminuir a fidelidade às marcas e lojas** - o que pode ser uma oportunidade para experimentação e crescimento de outros negócios.

O momento de incertezas leva o brasileiro a novos horizontes. Com essa abertura, as cooperativas do ramo de alimentos e bebidas têm espaço para crescer cada vez mais e continuar se destacando no ramo.



negócios **coop**



somoscooperativismo.coop.br