

Ação do Sicoob comercializou quase 89 mil cotas, com processamento em tempo real pela plataforma da Evertec

Uma campanha realizada ao longo de apenas 12 dias levou o Sicoob a comercializar 88.794 cotas de consórcio, movimentando R\$ 13,2 bilhões em créditos. Toda a operação foi viabilizada pela integração nativa entre a plataforma de consórcios NewCon, da Evertec, e a Plataforma de Serviços Financeiros do Sicoob (Sisbr). Enquanto as vendas foram realizadas pelos funcionários e cooperados diretamente nos canais do Sicoob, o NewCon processou em tempo real todas as operações, garantindo estabilidade mesmo diante de picos superiores a 40 transações por minuto.

Um dos diferenciais da campanha foi a experiência integrada proporcionada aos funcionários e cooperados. Nas mais de 4.700 agências do Sicoob, as vendas foram realizadas diretamente no ambiente de backoffice do Sisbr, plataforma utilizada diariamente pelas equipes de atendimento, com integração nativa ao NewCon. Da mesma forma, nos canais digitais do Sicoob, a integração permitiu que os cooperados realizassem, com autonomia, a simulação e a contratação de consórcios, preservando uma experiência única e consistente em todos os canais.

O desempenho representa um crescimento equivalente a cerca de 18% da base de aproximadamente 490 mil cotas ativas do Sicoob antes da campanha. Em perspectiva, as quase 89 mil cotas comercializadas em apenas 12 dias correspondem a cerca de 19% da média mensal de adesões do mercado brasileiro de consórcios registrada entre janeiro e maio de 2026, segundo a Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios (ABAC). Já os R\$ 13,2 bilhões em créditos equivalem a aproximadamente 28% do volume financeiro médio movimentado pelo setor em um mês.

"Esta campanha reflete o potencial do cooperativismo quando aliado à tecnologia certa e a uma proposta de valor genuinamente competitiva. O resultado só foi possível pela combinação entre a força da nossa rede de atendimento, presente em mais de 4.700 pontos de atendimento em todo o país, a integração da plataforma tecnológica do Sicoob (Sisbr) com o NewCon e uma infraestrutura tecnológica preparada para operar em larga escala. Nossos funcionários utilizaram os mesmos ambientes que já fazem parte da sua rotina de trabalho, enquanto os cooperados puderam contratar também pelos canais digitais do Sicoob de forma simples e segura, tudo isso monitorado 24x7 pelo time do Sicoob.", afirma Marcos Vinicius Viana Borges, diretor de operações do Sicoob.

Entre as modalidades comercializadas, os automóveis nacionais lideraram em quantidade de vendas, com 47.552 cotas, que somaram aproximadamente R\$ 4 bilhões, o equivalente a 53% do total de cotas comercializadas. Já os imóveis concentraram o maior volume financeiro, com 21.313 cotas e mais de R\$ 7 bilhões em créditos, representando cerca de 53% do valor movimentado. Os consórcios de caminhões também tiveram participação relevante, com 5.294 cotas e R\$ 1,94 bilhão em créditos.

A campanha teve abrangência nacional, mas Minas Gerais respondeu por 37% das vendas, com 32.882 cotas comercializadas, reflexo da forte presença histórica do Sicoob no estado e da elevada capilaridade de sua rede de cooperativas. São Paulo aparece na sequência, com 14% do total, representando 12.479 cotas. Juntos, os dois estados concentraram aproximadamente metade da produção da campanha.

No modelo operacional do Sicoob, todas as vendas são originadas na Plataforma de Serviços Financeiros (Sisbr), utilizada pelas equipes das cooperativas e integrada nativamente ao NewCon. A mesma integração está presente nos canais digitais do Sicoob, permitindo que os cooperados realizem simulações e contratações de forma totalmente digital. Após a contratação, a operação é processada em tempo real, com alocação imediata da cota, definição do grupo, registro da operação e efetivação do débito automático na conta do cooperado. Executar quase 89 mil operações desse tipo em apenas 12 dias exigiu elevada capacidade de processamento e estabilidade tecnológica.

Integração tecnológica sustentou a operação

O desempenho da campanha foi resultado da atuação conjunta entre o Sicoob e a Evertec. A integração entre o Sisbr e o NewCon permitiu que toda a operação ocorresse de forma transparente para funcionários e cooperados, mantendo a experiência já conhecida pelos usuários e garantindo processamento em tempo real das transações.

A preparação para a campanha foi conduzida de forma conjunta entre os times do Sicoob e a Evertec. Antes do início das vendas, as equipes alinharam o volume esperado e os requisitos de desempenho da operação. Durante toda a campanha, um grupo de trabalho acompanhou continuamente os indicadores das plataformas para garantir estabilidade e performance.

Para acomodar a elevada demanda, alguns grupos de consórcio foram ampliados de aproximadamente mil para até 2.500 participantes. A adaptação foi realizada pelo Newcon sem impactos para a experiência dos cooperados.

"Nossa responsabilidade foi garantir que a integração do NewCon com a plataforma tecnológica do Sicoob suportasse cada venda com segurança e processamento em tempo real, independentemente do volume. O NewCon foi preparado para operar nessa escala e entregar a performance necessária para uma campanha dessa magnitude.", afirma Luciana Precaro, diretora de Consórcios da Evertec.

A campanha ocorre em um momento de expansão do mercado brasileiro de consórcios. Segundo a ABAC, o setor manteve em 2026 o ritmo recorde registrado no ano anterior, com mais de 2,3 milhões de cotas comercializadas entre janeiro e maio e cerca de R\$ 233 bilhões em créditos vendidos no período.

Além da tecnologia, o desempenho da campanha refletiu a capacidade comercial do Sicoob. A atuação coordenada dos mais de 4.700 pontos de atendimento em todo o país foi decisiva para alcançar quase 89 mil cotas comercializadas em apenas 12 dias, demonstrando a força da rede cooperativista e o alto nível de preparação das equipes durante toda a campanha.

"Essa operação demonstra que tecnologia deixou de ser apenas um suporte operacional e passou a ser um fator estratégico para impulsionar o crescimento das administradoras. Em um mercado que comercializa milhões de cotas por ano, escalabilidade, disponibilidade e processamento em tempo real tornaram-se requisitos essenciais para sustentar esse crescimento e oferecer uma experiência cada vez melhor aos consorciados. Parte relevante das cotas desta campanha também foi adquirida por novos associados por meio dos canais digitais, tornando o consórcio uma importante porta de entrada para um relacionamento financeiro mais amplo, que inclui conta corrente, investimentos, seguros e crédito", conclui Precaro.

Fonte: Sicoob - Evertec/VCRP, em 28.08.2026.