

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MATO  
GROSSO - *CAMPUS VÁRZEA GRANDE*

SISTEMA DE COMERCIALIZAÇÃO E PREÇOS MÉDIOS PRATICADOS EM  
PROJETO DE ECONOMIA SOLIDÁRIA EM VÁRZEA GRANDE/MT

MARCELO GUILHERME DE SOUZA

MARELI ALVES LEITE

MICHELE ALVES NOGUEIRA

Várzea Grande/MT

2018

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MATO  
GROSSO - *CAMPUS VÁRZEA GRANDE*

SISTEMA DE COMERCIALIZAÇÃO E PREÇOS MÉDIOS PRATICADOS EM  
PROJETO DE ECONOMIA SOLIDÁRIA EM VÁRZEA GRANDE/MT

MARCELO GUILHERME DE SOUZA

MARELI ALVES LEITE

MICHELE ALVES NOGUEIRA

Projeto realizado como pré-requisito ao componente curricular Projeto Integrador I, do curso superior de Tecnologia em Gestão Pública, sob a orientação do Prof. Dr. Jorge Alberto Lago Fonseca e coorientação da Prof.<sup>a</sup> Dra. Elizabete Maria da Silva.

Várzea Grande/MT

2018

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	1
1.1. JUSTIFICATIVA .....	2
1.2. OBJETIVO GERAL.....	3
1.2.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	3
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....	4
2.1. E-commerce.....	4
2.2. Cooperativismo e Economia Solidária .....	5
2.3. Políticas públicas para Agricultura familiar .....	7
3. METODOLOGIA.....	9
3.1. Análise dos dados / informações .....	11
3.2. Cronograma .....	12
REFERÊNCIAS .....	13
Anexo I - Instrumento de coleta de dados .....	16

## 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho é um projeto de intervenção referente à comercialização efetivada pela Cooperativa Central de Comercialização de Agricultores Familiares e Empreendedores de Economia Solidária da Baixada Cuiabana - Coopercentral, que pretende contribuir com os avanços em Gestão Pública, de forma integrada, visando implementar uma intervenção, com base nos conhecimentos adquiridos durante o curso de Tecnologia em Gestão Pública do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso, Campus Várzea Grande.

A proposta aqui apresentada, visa implantar um sistema de comercialização eletrônica por meio de página *web* com hospedagem de um servidor na Internet, dentre inúmeros modelos, optar-se-á por um modelo gratuito, por ser menos oneroso para a Coopercentral, que desenvolve o comércio de produtos hortifrutigranjeiros oriundos dos seus cooperados, produtores da baixada cuiabana. Visa, também, a obtenção de preços médios praticados pelos comerciantes.

A escolha da implementação deste projeto, deve-se ao fato de que não existem tais ferramentas de forma regularizada e sistematizadas sendo utilizadas pela administração da Coopercentral, conforme constatação *in locu* em diversas visitas realizadas à sede da Cooperativa.

A Cooperativa de comercialização de produtos de agricultura familiar e economia solidária da Baixada Cuiabana, doravante Coopercentral, está localizada em terreno público estadual, no local existe infraestrutura cedida pelo Governo do Estado de Mato Grosso, para funcionamento da Cooperativa e utilização por feirantes produtores agrícolas familiares da baixada cuiabana. Esses equipamentos são: maquinário agrícola, câmaras frias para conservação de alimentos perecíveis, barracas de forma padronizada, *layout* dos espaços customizados de acordo com os produtos, que são comercializados no local e cessão de funcionário terceirizado para vigilância patrimonial. À Cooperativa, a organização governamental, prove salas equipadas com equipamentos de informática para serviços administrativos e pessoal para assistência administrativa, de acordo com informações levantadas junto ao funcionário gestor.

A implementação do sistema eletrônico e a construção das ferramentas, exige uma análise prévia do que será adequado, para que sejam fáceis de serem manuseadas por aqueles que as utilizarão.

Em sequência, de acordo com o referencial teórico elencam-se os pontos principais do desenvolvimento desse projeto.

### **1.1. JUSTIFICATIVA**

A proposta aqui apresentada, portanto, é a implementação de um sistema eletrônico e obtenção dos preços médios para a Coopercentral que conta com relevante apoio do poder público por intermédio da Secretaria de Estado de Agricultura Familiar. A parceria com a Secretaria será de suma importância na implementação dessa proposta, visto que ela disponibiliza treinamento aos pequenos agricultores, doação de maquinário agrícola, equipamentos de refrigeração e conservação que possibilitam a venda da produção. Sendo este apoio público um dos motivos da necessidade de organização da gestão familiar, afim de que prejuízos sejam minimizados. Estes fatores prescindem de efetivo acompanhamento e controle da comercialização.

Essa intervenção na Coopercentral visa maior diversificação da comercialização dos produtos agrícolas familiares. A hipótese, para essa intervenção, parte da premissa de que não há massiva divulgação do espaço de comercialização elencado. Acredita-se que caso ocorra a implementação da ferramenta *online*, essa propiciará uma maior disseminação das informações, bem como um compartilhamento da cultura agrícola familiar, ali vivenciada. A ferramenta também poderá propiciar melhor controle de estoque, preços, produtos ofertados e evidenciar a importância da agricultura familiar para a sociedade, visto que atualmente é notório reconhecer os incentivos a iniciativas de produção e comercialização, que buscam ser eco sustentável e a tudo que permeia esta ideia.

A problemática observada na Cooperativa, foco dessa proposta, é o fato de haver pouca atratividade para os consumidores se deslocarem até à Coopercentral, pois o local é distante dos grandes centros consumidores, uma vez que dista 8 km do centro de Várzea Grande e 12 km do centro de Cuiabá; em região com pouco adensamento populacional, próxima à saída da cidade de Várzea Grande para as rodovias BR-070 e 163. Há ainda a pouca oferta de meios de pagamentos aos consumidores, sendo que esses se resumem a dinheiro. Apenas uma única barraca da feira, centralizada dentro da cooperativa, oferece como meio de pagamento o sistema eletrônico, sendo cartão de débito e crédito de duas principais operadoras do mercado.

As dificuldades citadas podem ser as responsáveis pela ociosidade na capacidade de atendimento, pois, conforme visitas realizadas, na Coopercentral,

observaram-se a existência da produção sobressalente, pronta para comercialização, após as entregas obrigatórias aos mecanismos de comercialização utilizados, quais sejam o Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE, para escolas municipais e estaduais, venda no atacado e venda na feira livre, existindo ainda a capacidade de atender a outras demandas da região.

Em um aparte, como forma de descrição e pesquisa acadêmica, propõe-se realizar o levantamento do perfil dos comerciantes, tais como nível de escolaridade, renda, gênero e outros, a fim de traçar paralelos entre os objetivos gerais daquela unidade e também subsidiar políticas públicas. O caráter acadêmico do tema do trabalho, sistema de comercialização eletrônico, é um desafio cuja leitura do mundo passa pela narrativa laborativa das pessoas que atuam neste tipo de comércio.

Com vistas à execução da finalidade proposta nesse projeto, procurou-se nas referências bibliográficas da área de informática, administração gerencial, economia e marketing o arcabouço teórico capaz de refletir a ideia subjacente a presente proposta, bem como técnicas e metodologias que propiciem a criação da ferramenta e assim bem contribuir com o tema central da pesquisa, ou seja, fomentar os processos de comercialização da Coopercentral.

## **1.2. OBJETIVO GERAL**

Implementar sistema de comercialização eletrônica (*Business to Consumer*) B2C, (*Business to Business*) B2B para a obtenção de preços médios praticados no centro de comercialização de agricultura familiar Coopercentral em Várzea Grande.

### **1.2.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Implementar um sistema de comercialização eletrônica, por meio de página web, visando contribuir na resolução dos problemas e aumento da comercialização.
- Contribuir com a valorização da atividade de agricultura familiar incentivando o comércio e externar, ao público em geral, a devida importância, sua cultura, formas de comercialização e produção.
- Propor uma tabela contendo os preços médios, a ser publicada em página eletrônica e que possibilite a prática de pesquisas semanais de preços junto aos comerciantes.

- Demonstrar, através de gráficos, a evolução dos preços praticados na Coopercentral com a finalidade de apuração histórica, auxílio à tomada de decisão por parte da administração da Coopercentral em relação à venda, comércio e demais atos inerentes aos produtos comercializados pelos pequenos agricultores.

## **2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1. E-commerce**

Um negócio na Internet não é juridicamente diferente de um negócio tradicional. Deve-se abrir uma empresa legalmente constituída, contratar um contador para elaborar as demonstrações contábeis exigidas e pagar os tributos decorrentes dessa atividade comercial. Todavia o custo de manutenção do e-commerce são centenas de vezes menores que os da loja física. Isto inclusive perpassa por uma infraestrutura adequada ao porte que se espera transacionar, definindo inclusive quais são os grupos de mercado a serem atingidos, (FELIPINI, 2012, p.5).

Vendrusculo (2005, p. 2-3) corrobora com a ideia citada acima e enaltece que a ferramenta deve propiciar auxílio na busca da eficiência e produtividade por meio da adoção de mecanismos diferenciados de comercialização, destacando o comércio eletrônico, e como exemplo cita o Sistema de Informação e Promoção de Produtos e Serviços da Agricultura Familiar – SISPAF, cujas funcionalidades são desenvolvidas por meio de um modelo incremental de desenvolvimento de software. Observaram-se inclusive melhoramentos quanto à disponibilidade de oferta de produtos agrícolas e serviços advindos da produção familiar e o mapeamento dos órgãos e instituições demandantes destes produtos.

Este projeto propiciará pesquisa sobre *e-commerce* e sua correspondente caracterização, as formas de realização, bem como o suporte sobre o qual se operacionaliza, pois requer uma infraestrutura composta de microcomputadores com conexão à Internet que irá receber as demandas oriundas dos diversos clientes. Nesta construção, uma parte importante está no fato do comércio eletrônico abranger conceitos de diversas relações comerciais, seja entre empresas e consumidores, o chamado B2C (*Business to Consumer*) e entre empresas B2B (*Business to Business*), diferindo em volume negociado e público abrangido, estando o primeiro com uma relação de varejo e o segundo no atacado (SOUZA, 2016, p. 3).

Acerca do e-commerce, Nascimento (2009, p. 35) afirma ser salutar antes da implantação, planejá-lo tendo claro qual produto e/ou serviço pretende-se oferecer, pois nesta etapa que a empresa vai definir sua área de atuação, visando à expansão das atividades. Para tanto, afirma que o plano de negócios deve estar alinhado com as metas estabelecidas e prever muitos pontos necessários e importantes do negócio, tais como, construção do site, seu gerenciamento e manutenção, layout, investimentos necessários com publicidade, marketing, gerenciamento do relacionamento com o cliente, pagamentos online, elaboração de conteúdo, contínua atualização, reconhecimento das diferenças culturais, parâmetros legais e o fornecimento de segurança para os visitantes e para o negócio.

Igualmente, observa-se a necessidade de discutir sobre o cooperativismo e economia solidária, pois conforme já mencionado a pesquisa dar-se-á na Coopercentral, cooperativa de agricultores familiares.

## **2.2. Cooperativismo e Economia Solidária**

É inegável a importância da agricultura familiar, para o abastecimento e a segurança alimentar no mundo. No Brasil, a região Sul tem um contingente de agricultores familiares que totaliza 79% dos indivíduos ocupados com a agricultura. É importante ressaltar, que em muitas regiões a agricultura é, e será por muito tempo, a fonte principal de ocupação e renda, a base para a criação de novas alternativas econômicas e para o desenvolvimento de atividades de transformação e comercialização. Prescinde desta forma o desenvolvimento de modo a promover o desenvolvimento que leva em consideração o papel de todos os agentes, para tornar dinâmicas as potencialidades que podem ser identificadas quando se observa uma unidade socioterritorial delimitada, tendo inclusive uma acentuada relação com o princípio do movimento cooperativista, visto que a preocupação com a comunidade é o que sustentará a cooperativa no futuro e será permanentemente necessário para comandar os seus diferentes sistemas sociais, políticos, culturais e econômicos, (ZENARO, 2017, p. 33).

Em uma pesquisa histórica, Cançado (2016, p. 3) afirma que o cooperativismo, a partir de seu berço europeu, se espalhou pelo mundo, chegando até mesmo ao Japão nos fins do século XIX e no Brasil, o cooperativismo chega através dos imigrantes europeus em meados do século XX. Por sua vez, ao descrever sobre cooperativismo, Betanho (2013, p. 4) afirma que existem casos bem-sucedidos nas cooperativas ou



associações, construindo, assim, unidades de agregação de valor e realizando comercialização própria, ao invés de utilizar terceiros para vender a produção.

Nesta área do cooperativismo, segundo Carvalho (2012, p. 47), observa-se um breve histórico, que a partir do final do século XX, tiveram como objetivo a construção de práticas alternativas ao assalariamento para aqueles sujeitos que se encontravam em situação de desemprego ou de trabalho precário.

Zenaro (2017, p. 35) relembra que na década de 1990 ocorreram profundas mudanças estruturais que foram motivadas por uma convergência de fatores: o acelerado processo de globalização, a reestruturação da cadeia produtiva nacional motivada pela abertura comercial no início da década para combater a entrada do produto importado e o processo de privatização, na tentativa do Governo de reduzir o déficit primário, o que resultou na precarização das condições de trabalho no mercado formal e na extinção de muitos postos formais de trabalho, levando muitos trabalhadores a retornarem para suas regiões de origem.

Por sua vez, Melo (2014, p. 64) pontua acerca da economia solidária e a indução ao desenvolvimento nacional como propulsora da economia local e elevação social dos sujeitos que participam desta forma de comércio. O autor nos ensina que no início da década de 90, quando houve grande adoção da política neoliberal no Brasil conformando o desmonte do parque industrial nacional e desestruturação do mercado de trabalho, processo o qual foi seguido pelos governos seguintes dentro de uma perspectiva em que as políticas neoliberais dominavam a cena do jogo social, com reveses no mercado de trabalho e sua precarização.

O tema, cooperativismo e economia solidária, possui ramificações nos impactos e reflexos da comercialização e produção agrícola, em que órbita essa pesquisa e de onde buscaremos referenciais para a construção deste trabalho, com a finalidade de dar suporte teórico às investigações sobre o tema e prática no âmbito da Cooperativa Coopercentral.

Para o cooperativismo existem princípios cuja observância é determinante para que esta forma mercantil tenha êxito. Segundo Reisdorfer (2014, p. 31) a gênese do ser humano é a cooperação, sendo a luta pela sobrevivência a maneira como a moldamos. Neste sentido, cabe ressaltar os princípios segundo o Sindicato das Cooperativas de Crédito do Brasil – SICOOB (2018), pelos quais o cooperativismo se assenta, os princípios do cooperativismo têm sua inspiração nos 28 cooperados pioneiros de Rochdale de 1844. A versão mais recente, desses princípios, data de 1995, elaborados pela Aliança Cooperativa Internacional (ACI). Em resumo, os sete princípios do cooperativismo, que são considerados as linhas orientadoras de ação para que as cooperativas consigam colocar em

prática seus valores de democracia, liberdade, equidade, solidariedade e justiça social, quais sejam: 1° - Adesão voluntária e livre – Um modelo para todos.; afirma que qualquer pessoa interessada pode ingressar numa cooperativa; 2° - Gestão Democrática – Todos têm os mesmos poderes, ou seja, todos os associados têm igual direito de voto em uma cooperativa; 3° - Participação econômica dos membros – Todos são donos; 4° Autonomia e independência – Todos têm autonomia de decisão; 5° - Educação, formação e informação – Todos ensinam e aprendem; 6° - Intercooperação – Todos se ajudam e 7° - Interesse pela comunidade – Todos saem ganhando.

Reisdorfer (1994, p. 31) descreve que tais princípios são basilares para examinar as profundas questões da identidade cooperativa, todavia, através do tempo, esses têm sido acrescidos de características empresariais que visam mais a eficiência econômico – administrativa em mercados extremamente competitivo, diminuindo os benefícios sociais que foram suas características iniciais.

### **2.3. Políticas públicas para Agricultura familiar**

Para a construção do projeto de intervenção, pretende-se abordar pontualmente quais são as políticas públicas, agrícolas familiares, que acontecem na prática, pois sabe-se da existência da assistência governamental, na Coopercentral como dito alhures, por intermédio da Secretaria de Agricultura Familiar, dada sua importância no conjunto das implantações do governo estadual.

Conforme constatação na pesquisa de campo, na aula inaugural realizada em 24 de fevereiro de 2018, observou-se a inexistência de quaisquer ferramentas para a consolidação de informações acerca do comércio varejista ou atacadista diário da unidade, tampouco manuais. Observou-se, ainda, que a dinâmica da agricultura familiar é bastante arraigada no conhecimento empírico, pois os costumes das pessoas determinam como atuam e lidam com a atividade, carecendo de um tratamento mais profissionalizado, afim de dar respostas objetivas a demandas de grande volume, prestar contas à sociedade pelo investimento e apoio governamental recebidos.

Os sistemas agroindustriais dos produtores, ao acessarem a instrumentos gerenciais, puderam planejar, mais facilmente, a produção; e, possibilitar sua comercialização. Com essas informações os agentes econômicos conseguiram ter noção de como organizar e planejar de forma que fosse possível estar atendendo aos consumidores finais, pois são eles que decidem todas as cadeias agroindustriais. As características, como preferências, tendências de padrões, forma de organização social,

sofrem com a interferência do mercado em relação aos recursos Humanos e Ambientais, conforme aponta Batalha (2005).

A partir das leituras feitas, observa-se que a Agricultura familiar possui um viés agro sustentável de forma crescente e, com esta premissa, busca desenvolver a ideia de que a sua produção necessariamente respeita o meio circundante (BARBOSA, 2007).

Muitas ações são exercidas desde a produção até a comercialização dos produtos, realizadas geralmente em centrais de agricultura familiar cujo patrocínio ou apoio advém do poder público. Dentre as alternativas de apoio a empreendimentos de agricultura familiar, tem-se o Programa Nacional de Apoio a Alimentação Escolar, o PNAE, conforme página do programa (BRASIL, 2018, p. 5) o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE).

Consentâneo à Lei nº 11.947/2009, que define alimentação escolar como todo alimento oferecido no ambiente escolar, independentemente de sua origem, durante o período letivo, o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), como dito alhures, reforça à alimentação escolar, bem como, incentiva ações de educação alimentar e nutricional a estudantes de todas as etapas da educação básica pública, (BRASIL, 2009).

Villar (2013, p. 3) afirma que do total dos 613 municípios avaliados, no estado de São Paulo, 47% (288) realizaram a implementação das compras locais em todas as suas etapas, pelo menos uma vez, desde 2009; isto é, publicaram pelo menos uma chamada pública, receberam os produtos e realizaram o pagamento aos produtores. Isto corrobora sobre a importância das aquisições por meio do programa e, ainda, a alimentação escolar se proceder desta forma por intermédio da economia solidária.

Dentro da cooperativa, o comércio existente segue as regras de mercado, tais como oferta e procura, e os cooperados buscam abastecer a sociedade com produtos hortifrutigranjeiros e de criações extensivas para um mercado cujo crescimento pode ser observado ano a ano (BARBOSA, 2007).

As ações dos programas, citados acima, podem ser mais bem sistematizadas caso os comerciantes tenham acesso às ferramentas de controle, tais como informática, marketing e instrumentos de sistematização da informação recebida pelo qual se possa elevar a eficiência da prestação dos seus serviços, (COLCHER, 2004).

### 3. METODOLOGIA

A pesquisa-ação, conforme Tripp (2005, p. 3), é uma das muitas diferentes formas de investigação-ação, a qual é por ele sucintamente definida como toda tentativa continuada, sistemática e empiricamente fundamentada de aprimorar a prática.

Brilantemente Tripp (2005, p. 5) continua a asseverar que é importante que se reconheça a pesquisa-ação como um dos inúmeros tipos de investigação-ação, que é um termo genérico para qualquer processo que siga um ciclo no qual se aprimora a prática pela oscilação sistemática entre agir no campo da prática e investigar a respeito dela. Planeja-se, implementa-se, descreve-se e avalia-se uma mudança para a melhora de sua prática, aprendendo mais, no correr do processo, tanto a respeito da prática quanto da própria investigação.

Com base nos ensinamentos acima e após a imersão na cooperativa Coopercentral, onde os gestores relataram haver a necessidade de aumentar o comércio entre aquela unidade e os moradores circunvizinhos, bem como com os clientes que fazem compras esporadicamente, foi gestado o esse projeto, que pretende implementar ferramenta de comercialização eletrônica, afim de permitir melhoramentos no comércio da aludida instituição.

Tal pesquisa requer também a pesquisa descritiva, para isso, o trabalho objetiva descrever as características do comércio realizado na Coopercentral, população a ser estudada, sem o qual o fenômeno da comercialização não poderia ser realizado, pois direcionam a pesquisa. A proposta visa, ainda, estabelecer uma relação entre as variáveis estabelecidas, o comércio eletrônico e preços médios, com o objeto de estudo em análise.

A coleta de dados será por meio do Anexo II – Instrumento de Coleta de Dados e também buscada na Secretaria de Estado de Agricultura Familiar, pasta governamental gerenciadora do local. As informações serão buscadas, também, na área administrativa e gestora da cooperativa, por meio de das seguintes questões: a) produto com a descrição detalhada, b) origem, c) preço de venda, d) data de produção, e) data de validade e f) foto atualizada do produto para inserção no ambiente informatizado a fim de sua rápida identificação.

Será necessário pesquisar, na literatura especializada, textos acerca dos temas propostos com a finalidade de construir o arcabouço teórico que embase a construção do deste projeto. Em especial, sobre e-commerce suas implicações legais e necessidades de

infraestrutura em relação a equipamentos e pessoal especializado, pois se os cooperados optarem pela hospedagem do sistema de comércio eletrônico na própria Coopercentral, a responsabilidade terá que partir dos gestores daquela unidade, após receber o auxílio e suporte técnico adequado. A terceirização dos serviços poderá ser uma opção viável na medida em que não existe pessoal especializado para gerenciar o sistema de comércio eletrônico (e-commerce).

A etapa seguinte é a construção de página web, com auxílio e assistência técnica necessárias, haja vista a necessidade de sua implementação, serão feitos com acompanhamento técnico dos cooperados da Coopercentral. Neste aspecto, obter-se-ão os dados acerca do local, perfil socioeconômico e situacional da comercialização dentro da agricultura familiar. Primaz destacar que os levantamentos dos dados dos produtos comercializados, sazonalidades e custos, são imprescindíveis como subsídio à alimentação da página *web* e para a pesquisa semanal de preços praticados. Não sendo possível negligenciar a identificação dos padrões de consumo dos frequentadores dos espaços, sazonalidades dos produtos, perfil geral dos comerciantes e suas características pesquisáveis (renda, idade, escolaridade, gênero). Conforme assevera Gil (2002, p. 162-165), a pesquisa detalhada propicia melhor entendimento dos fatos e consegue proporcionar uma solução adequada ao meio a que se destina.

O sistema de comercialização eletrônica (*e-commerce*) se dará através de página, com apoio da própria cooperativa uma vez que o produto final (sistema *e-commerce*) será destinado e elaborado com a participação dos gestores daquela unidade, em que pesem a sua manutenção a cargo de administrador específico determinado pela Coopercentral, pois será necessária hospedagem em servidor de rede, equipamento existente na unidade e que atende aos cooperados. Uma solução possível é dada pelo site Hostinger que de forma gratuita permite a hospedagem da página *web* atendendo, mesmo com restrições, ao fim a que se destina, tal como fornecer aos clientes da Coopercentral uma ferramenta *online* para aquisição dos produtos disponíveis naquela unidade.

Na página *web* será criada interface com linguagem para internet, com a demonstração e visualização dos produtos a serem vendidos, preços, quantidades e outras informações que se julgar pertinentes, tais como, origem, data de produção e características descritivas básicas.

O cliente por meio de *carrinho de compras* poderá escolher os itens à disposição e fechar a negociação por intermédio desta ferramenta. A gerência

administrativa da Coopercentral deverá ser a responsável por informar a disponibilidade e prazos de entregas conforme o produto, uma vez que se faz necessário centralizar em um ambiente cuja informatização será o meio pelo qual ocorrerão as transações, e de onde sairão tais informações, de forma estruturada em tabelas e com vistas a atender à demanda externa.

### **3.1. Análise dos dados / informações**

Nesta seção são descritos os resultados obtidos, por meio de entrevista, conforme Anexo I, direcionada ao supervisor da cooperativa Coopercentral realizada em 9 de junho de 2018.

Na aludida data obteve-se a informação da existência de microcomputadores para serviços de rede, o que possibilitará a implementação das aplicações nas quais se assentará o *e-commerce*, daquela unidade, objetivo central desse estudo.

Ato contínuo questionado acerca dos principais clientes a reposta referiu-se a serem as Prefeituras Municipais de Várzea Grande e Cuiabá, Escolas Estaduais dos municípios citados e Chapada dos Guimarães. Há, ainda, o setor empresarial, com fornecimento de produtos hortifrúti para os restaurantes localizados em Cuiabá, sendo duas unidades, cujo volume é constante para atendimento, gerando expectativas de que a demanda seja mantida por meio de fornecimento semanal e diário.

Quanto ao gerenciamento da cooperativa, informou-se que são seguidos os princípios, da forma de comércio cooperativista, estando desta forma com vistas a objetivos comuns para que todos os cooperados, demais comerciantes e usuários devem se ajudar mutuamente na medida de suas possibilidades.

Um fato interessante relatado é que possuem um relacionamento bem próximo aos clientes que diariamente fazem compras na Coopercentral, pesquisando dentre as pessoas quais são os itens melhor comercializados e a qualidade dos produtos.

A forma de comércio em si apresenta algumas dificuldades dentre elas, conforme relatado na entrevista, a necessidade de capital de giro, para atender a necessidade de mercado, bem como, incentivar as oportunidades de comércio local.

Acerca do *e-commerce*, foi aventada, pelo representante da administração entrevistado, acerca da necessidade de implementar o sistema Coopnet<sup>®</sup> construído pelo Leosoft empresa que disponibiliza em sitio eletrônico na internet, segundo o entrevistado, “o Coopnet é voltado para cooperativas de pequenos produtores de leite, grãos, hortifrutigranjeiros, cooperativas de serviços, agroindústrias, associações de

produtores e sindicatos. É fácil de usar, basta ter acesso à internet”. Entretanto, o gestor informou que a complexidade do sistema não o torna amigável, pois as funcionalidades são necessárias para a correta gestão da cooperativa.

Foi verificada a premente necessidade de capacitação para os cooperados, pois a mesma é assaz importante, para utilização dos equipamentos da informática, e ainda mais como possibilidade para o cooperado observar direitos que possui, tendo inclusive implicações na formação de sua aposentadoria, pois o Instituto Nacional de Seguro Social para concessão dos benefícios requer a comprovação de prestação efetiva de serviço como produtor familiar e o respectivo pagamento das contribuições, mormente, à atividade principal.

Dentre outras tecnologias houve a informação que possuem, além de microcomputadores, uma impressora para trabalhos administrativos e assim proporcionar o controle de estoques sendo que o excedente ou a produção que não seja revendida prevê que seja feita uma destinação social.

Insta destacar que a produção, em grande parte é orgânica, para tanto buscam junto à Secretaria de Agricultura Familiar e Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, uma certificação que os habilite a tornarem-se revendedores oficiais e credenciados de produtos com o selo orgânico.

Foram levantadas diversas questões administrativas, sendo que algumas se referem ao apoio e auxílio governamental para observar se os recursos estão sendo gestados de forma a prover à Coopercentral mecanismos suficientes para sua plena realização enquanto cooperativa de agricultura familiar.

### 3.2. Cronograma

Item / Mês	Março	Abril	Mai	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro
<b>Pré-projeto</b>	X								
<b>Análise do referencial teórico</b>	X	X	X	X	X				
<b>Estimativa de custos</b>	X								
<b>Pesquisa bibliográfica</b>	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<b>Qualificação do Projeto</b>							X		
<b>Finalização</b>								X	X
<b>Projeto Integrador II</b>					X	X	X	X	X
<b>TCC</b>				X	X	X	X	X	X

## REFERÊNCIAS

APADI – Associação Paulista das Agências Digitais. **Guia de e-commerce**. São Paulo, SP, 2013. Disponível em: [http://www.abradi-sp.com.br/uploads/2013/03/Guia\\_eCommerce\\_APADi\\_2013\\_web.pdf](http://www.abradi-sp.com.br/uploads/2013/03/Guia_eCommerce_APADi_2013_web.pdf). Acesso em: maio/2018.

BARBOSA, Luciano Celso Brandão Guerreiro. **A comercialização de produtos orgânicos como alternativa para a geração de sustentabilidade aos agricultores familiares**. Programa Regional de Pós-graduação em desenvolvimento e meio ambiente, Instituto de Geografia, Desenvolvimento e Meio Ambiente da Universidade Federal de Alagoas. Macéio/AL, 2007. Disponível em: <http://www.repositorio.ufal.br/bitstream/riufal/1107/1/DissertacaoLucianoCelsoBrandaoGuerreiroBarbosa.pdf>. Acesso em: março/2018.

BATALHA, Mário Otávio. **Gestão do sistema agroindustrial: a formação de recursos humanos para o agribusiness Brasileiro**. Gest. Prod., São Carlos, v. 2, n. 3, p. 321-330, Dec. 2005. Available from <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-530X1995000300006&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-530X1995000300006&lng=en&nrm=iso)>. access on 01 April 2018. <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-530X1995000300006>.

BETANHO, Cristiane; GEARGEOURA, Lucien Jacques, GIAROLA Eduardo; FERNANDES, José Eduardo. **Os agricultores familiares assentados estão preparados para “superar o plantar” e “passar a produzir” ofertas Para os mercados? Desafios para os membros da associação dos mandaleiros De Uberlândia**. CAMPO-TERRITÓRIO: revista de geografia agrária, v. 8, n. 16, p. 229-265, Universidade Federal de Uberlândia. ago., 2013.

BRASIL. Ministério da Educação (MEC). **Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação**. Secretaria de Educação a Distância – 2.ed., atual. – Brasília : MEC, FNDE, SEED, 2009. 112 p. : il. color. – (Formação pela escola). Disponível em: [ftp://ftp.fnde.gov.br/web/formacao\\_pela\\_escola/modulo\\_pnae\\_conteudo.pdf](ftp://ftp.fnde.gov.br/web/formacao_pela_escola/modulo_pnae_conteudo.pdf). Acesso em: maio/2018.

CANÇADO, Airton Cardoso; GONTIJO, Mário César Hamdan. **Princípios Cooperativistas: origem, evolução e influência na legislação brasileira**. Instituições: Universidade Federal da Bahia (UFBA)/ Núcleo de Pós-graduação. em Administração (NPGA)/ Núcleo de Estudos Sobre Poder e Organizações. Locais (NEPOL) e Universidade Presidente Antônio Carlos – UNIPAC (Campus Bom Despacho/MG). 2016.

CARVALHO, Mariana Costa. **Autogestão, Economia Solidária e Cooperativismo: uma análise da experiência política da Associação Nacional de Trabalhadores e Empresas de Autogestão**. Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora/MG, 2012. Disponível em: [www.ufjf.br/ppgservicosocial/files/2012/05/mariana.pdf](http://www.ufjf.br/ppgservicosocial/files/2012/05/mariana.pdf). Acesso em: maio/2018.

COLCHER, Raul. **A Gestão Eficiente dos Recursos de Tecnologia de Informação (IT Asset Management)**. Questera Consulting. Disponível em: <http://questera.com/wp->



[content/uploads/2012/12/QR20040330RC-Gestao-Eficiente-Recursos-TI-IT-Asset-Management.pdf](#). Acesso em: abril/2018.

FELIPINI, Dailton. **Empreendedorismo Na Internet - Como agarrar esta nova oportunidade de negócios**. Material distribuído gratuitamente por: LeBooks- Livraria de ebooks. [www.lebooks.com.br](http://www.lebooks.com.br). 3 edição – Janeiro de 2012. Disponível em: <http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/empreendedorismo.pdf>. Acesso em: maio/2018.

GIL, Antonio Carlos, 1946-. **Como elaborar projetos de pesquisa** – 4ed. – São Paulo, Atlas, 2002.

MELO, Nildo Aparecido de. **Economia solidária e mundo do trabalho [recurso eletrônico]: possibilidades, limitações e contradições para o processo de desenvolvimento econômico**. São Paulo: Cultura acadêmica, 2014, Editora Unesp. Disponível em: [revista.fct.unesp.br/index.php/pegada/article/download/3810/3193](http://revista.fct.unesp.br/index.php/pegada/article/download/3810/3193). Acesso em: maio/2018.

NASCIMENTO, André Ribeiro do; SILVA, Bruna Ferreira da; SANTOS, Gisele Gomes dos. **E-commerce: O Melhor Caminho no Mercado Atual**. André Ribeiro do Nascimento, Bruna Ferreira da Silva, Gisele Gomes dos Santos; orientador: Adalberto Sanches Munaro. Marília, SP: [s.n.], 2009. 70 f. Disponível em: <http://aberto.univem.edu.br/bitstream/handle/11077/496/E-commerce%3A%20O%20Melhor%20Caminho%20no%20Mercado%20Atual.pdf?sequence=1>. Acesso em: maio/2018.

REISDORFER, Vitor Kochhann. **Introdução ao cooperativismo** / Vitor Kochhann Reisdorfer – Santa Maria : Universidade Federal de Santa Maria, Colégio Politécnico, Rede e-Tec Brasil, 2014. 106 p. : il. 28 cm. ISBN 978-85-63573-72-8. Disponível em: [http://estudio01.proj.ufsm.br/cadernos\\_cooperativismo/primeira\\_etapa/arte\\_introduc\\_cooperativismo.pdf](http://estudio01.proj.ufsm.br/cadernos_cooperativismo/primeira_etapa/arte_introduc_cooperativismo.pdf). Acesso em: junho/2018.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Comércio Eletrônico - O que você precisa saber sobre comércio eletrônico**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/o-que-voce-precisa-saber-sobre-comercio-eletronico,b3ab55a4873c4410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: maio/2018.

SICCOOB – Sindicato de Cooperativas de Crédito do Brasil. **Princípios do Cooperativismo**. 2018. Disponível em: <http://www.oseudinheirovalemMais.com.br/traduzindo-os-7-principios-do-cooperativismo/>. Acesso em junho/2018.

SOUZA, Bruna e BREMGARTNER, Vitor. **Evolução das modalidades B2B e B2C em e-business no Brasil**. IV – Congresso de Administração do Sul de Mato Grosso-Conasum, Universidade Federal de Mato Grosso, Rondonópolis, 2016. Disponível em: <http://eventosacademicos.ufmt.br/index.php/CONASUM/IV-Conasum/paper/viewFile/786/299>. Acesso: abril/2018.

TRIPP, David. **Pesquisa-ação: uma introdução metodológica**. Universidade de Murdoch. Educação e Pesquisa, São Paulo, v. 31, n. 3, p. 443-466, set./dez. 2005.

Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/%0D/ep/v31n3/a09v31n3.pdf>. Acesso em: abril/2018.

VENDRUSCULO, Laurimar Gonçalves; FREITAS, Antônio Carlos Reis; CUNHA, Luiz Manoel Silva; HANASHIRO, Marcelo Mikio. **Uma proposta de comércio eletrônico para agricultura familiar**. V Congresso Brasileiro de Agroinformática, SBI-AGRO Londrina, 28 a 30 de setembro de 2005.

VILLAR, Betzabeth Slater; SCHWARTZMAN, Flavia; JANUARIO, Bruna Lourenço; RAMOS, Jamile Fernandes. **Situação dos municípios do estado de São Paulo com relação à compra direta de produtos da agricultura familiar para o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE)**. Rev Bras Epidemiol 2013; 16(1): 223-6. Departamento de Nutrição da Faculdade de Saúde Pública da Universidade de. São Paulo, Brasil. 2013

ZENARO, Marcelo; SCHIOCHET, Valmor; JUNIOR, Eduardo Gelinski. **Cooperativismo como alternativa de fortalecimento da agricultura familiar: a cooperativa de pequenos agricultores de Videira e Iomerê (COPAVIDI)**. Unoesc & Ciência - ACSA Joaçaba, v. 8, n. 1, p. 33-40, jan./jun. 2017. Disponível em: <https://editora.unoesc.edu.br/index.php/acsa/article/viewFile/12768/pdf>. Acesso em: maio/2018.

## Anexo I - Instrumento de coleta de dados

1. Existe servidor de rede para implementar a aplicação caso venha ser implementada?

Sim, existe.

2. Quais são os principais clientes da cooperativa?

Escolas municipais, por meio da prefeitura de Cuiabá, Várzea Grande entre outras e Escolas Estaduais de Cuiabá, Várzea Grande e Chapada.

3. Como foram realizadas as entrevistas pelos alunos, aos cooperados da Coopercentral e como se dará a coleta de informações para adequação do *site*.

Abordagem com visitas. Objetivando a obtenção de dados para elaboração do projeto de intervenção, com coleta de dados por meio de questionários dirigidos a direção da cooperativa.

4. Quais os princípios seguidos na cooperativa?

Cooperativismo, um objetivo comum.

5. Qual o principal problema enfrentado pelos comerciantes, no seu ponto de vista?

Capital de giro pequeno.

6. Espera-se com a comercialização fazer quais atendimentos?

Atender a demanda do mercado.

7. Observam-se oportunidades ao redor do comércio local?

Oportunidades ao redor do comércio.

8. Existe algum sistema gratuito a ser utilizado pela cooperativa para os fins que se objetiva alcançar?

Coopinet - um software criado, para cooperativas, pela União Nacional de Cooperativas de Agricultura Familiar e Economia Solidária, UNICAFS, com recursos da Secretaria Nacional de Economia Solidária, SENAES, porém o sistema é complexo.

9. Existe necessidade de formação / capacitação?

Sim existe necessidade de formação e capacitação em diversas áreas.

10. Quais as implicações da não regulamentação do cooperado?

O INSS legalmente exige que para assegurar alguns benefícios o pequeno agricultor deve apresentar comprovantes que esteve vinculado à atividade de Agricultura Familiar. Por não ser registrado e contribuir regularmente o mesmo fica sem a cobertura do INSS.

11. Quais os outros equipamentos existem na cooperativa para que os comerciantes possam utilizar e propiciar ambiente de vendas adequado?

Microcomputador, câmara frias, barracas e toldos.

12. Existe outro programa para atendimento pela cooperativa para as sobras de alimentos?

Não, pretende-se doar para obras sociais.

13. Existe diferença de preços orgânicos e não orgânicos?

A diferença de preços existe quanto ao orgânico e o não orgânico. A Secretaria de agricultura familiar certifica a produção agrícola orgânica. Algumas exigências são feitas inclusive quanto ao rastreio das sementes e dos itens que fazem parte da produção agrícola.

14. Existem controles de estoque e produção?

Não existe.

15. Existe alguma plataforma de serviços integrados em que possam trabalhar com os cooperados?

Não existem, seria muito interessante a existência de uma plataforma integrada.

## **Anexo II - Instrumento de coleta de dados**

### **Instrumento de coleta de dados**

Devido a necessidade de obter os dados para construção e inserção na página *e-commerce* da Coopercentral, foi necessário a elaboração do questionário abaixo, em que será coletada as informações acerca dos itens que são comercializados e os principais atores envolvidos no processo de comercialização da Coopercentral (comerciantes, clientes e fornecedores).

Para fins de ensino e aprendizagem, bem como contextualização dos estudos que serão desenvolvidos no âmbito da Cooperativa Coopercentral utilizaremos o questionário a fim de obter os dados imprescindíveis ao trabalho em formato de tabela com cada um dos itens abaixo e ramificações.

#### **Questionário estruturado**

##### **I - Identificação do pesquisador**

a) nome do responsável, entrevistador, supervisor, para compor o controle de dados, bem como o número do questionário de maneira sequencial.

##### **II - Levantamento do perfil dos comerciantes (anônimo)**

- a) nível de escolaridade;
- b) gênero;
- c) município de residência;
- d) produtos comercializados.

##### **III - Identificar quais os padrões de consumo dos frequentadores dos espaços, a partir da comercialização no atacado e varejo**

- a) nível de escolaridade;
- b) gênero;
- c) município de residência;
- d) produto adquirido;
- e) quantidades;
- f) valores negociados;
- g) prazo de entrega;
- h) embalagem e remessa ou retirada do produto;

- i) local de entrega (retirada local ou endereço de entrega);
- j) porque adquirir produtos na Coopercentral.

#### **IV- Sazonalidades: período de oferta do produto com a respectiva produção**

- a) produto;
- b) disponibilidade;
- c) valor de produção;
- d) valor de venda.

#### **V- Levantamento de dados dos produtos**

- a) produto com a descrição detalhada;
- b) origem do produto;
- c) preço de venda do produto;
- d) data de produção do produto;
- e) data de validade do produto;
- f) foto atualizada do produto para inserção no ambiente informatizado afim de sua rápida identificação;
- g) informação da disponibilidade da quantidade para revenda (disponível ou não).

#### **VI- Levantamento dos dados de comércio**

- a) produto negociado;
- b) quantidade em estoque (kg) ou unidades;
- c) quantidade de produtos vendidos;
- d) volume negociado;
- e) preço de venda;
- f) destino da venda (custos e fretes);
- g) descrição do item;
- h) quantidades vendidas;
- i) preço unitário;
- j) valor final;
- k) consumidor – atacado ou varejo.

**VII – Consumidor final**

- a) identificação: nome;
- b) CPF/CNPJ;
- c) endereço;
- d) telefone;
- e) responsável.