



**11ª Jornada Científica e
Tecnológica do IFSULDEMINAS**
& **8º Simpósio de
Pós-Graduação**

**IMPLANTAÇÃO DE UMA PLATAFORMA INFORMATIZADA DE AQUISIÇÃO DE
ALIMENTOS ORGÂNICOS DE AGRICULTORES FAMILIARES CERTIFICADOS**

Mateus R. BRUST¹; Sergio PEDINI²

RESUMO

O presente estudo buscou uma alternativa para minimizar as dificuldades de acesso aos produtos orgânicos e, principalmente, da agricultura familiar, no que se refere aos processos convencionais de comercialização como redes de supermercados e lojas específicas. O estudo iniciou-se em fevereiro de 2018, desenvolvido no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais, Campus Machado. O objetivo geral deste trabalho pauta-se na aproximação entre produtores familiares orgânicos certificados e consumidores através de uma plataforma digital com participação de um local de distribuição, buscando automatizar os processos de compra, unificar e organizar a comunicação através de uma plataforma. O trabalho foi organizado com uma discussão a respeito da agricultura orgânica no Brasil, discutindo o papel do comércio eletrônico (e-commerce) na interação produtor-consumidor e, em sequência, apresentação dos dados que foram obtidos com a criação da plataforma e as conclusões.

Palavras-chave: comércio, produtos; compra; venda; e-commerce.

1. INTRODUÇÃO

O movimento orgânico e, principalmente, a agricultura familiar apresentam como dificuldade o acesso aos mercados e aos processos convencionais de comercialização. Por outro lado, os consumidores também têm muita dificuldade de acesso frequente a produtos orgânicos com qualidade e garantia de procedência (certificação). Neste sentido, existe um interesse crescente em auxiliar este movimento no sentido de que produtores e consumidores encontrem facilidade nos processos de compra e venda.

Segundo o Ministério da Agricultura, o crescimento anual da agricultura orgânica já é de 30% e o faturamento supera de R\$2,5 bilhões por ano. O Projeto Organics Brasil divulgou informações de que as vendas de produtos orgânicos no Brasil atingiram a marca de R\$ 350 milhões em 2010, valor 40% superior ao registrado no ano anterior (BRASIL, 2014). Ainda de acordo com informações do programa, as exportações aumentaram de cerca U\$ 9,5 milhões, em 2005, para

¹Bolsista NIPE, IFSULDEMINAS – *Campus* Machado. E-mail: mtbrusto@gmail.com.

²Orientador, IFSULDEMINAS – *Campus* Machado. E-mail: sergio.pedini@ifsuldeminas.edu.br.

aproximadamente U\$ 130 milhões em 2013 (ORGANICS BRASIL, 2014).

A agricultura orgânica tem como objetivo disponibilizar ao mercado alimentos mais saudáveis, produzidos sem a utilização de químicos, adotando práticas de agricultura sustentável e ecologicamente corretas. Para obter êxito na produção orgânica, busca-se o equilíbrio entre as plantas, o solo e o ambiente de produção.

O Sul de Minas possui várias experiências produtivas orgânicas, em sua absoluta maioria advindas da agricultura familiar e organizada. A organização Orgânicos Sul de Minas por exemplo, possui 10 associações/cooperativas filiadas e sua sede, inclusive, é no Campus Inconfidentes do IFSULDEMINAS. Por sua vez, o Campus Machado possui servidores interessados em consumir alimentos orgânicos, em levantamento pessoal feito pelo proponente e por manifestações já noticiadas na mídia que apontam o interesse em alimentos mais saudáveis.

Este trabalho tem como interesse compreender como se organiza a relação produtor-consumidor de produtos orgânicos na comunidade da cidade de Machado-MG. O objetivo geral foi desenvolver e implantar uma plataforma de aproximação entre produtores familiares orgânicos certificados e consumidores para viabilizar a aquisição de produtos frescos e saudáveis e também incluir agricultores familiares que possuem dificuldade de acesso, aos mercados convencionais como supermercados e lojas específicas.

3. MATERIAL E MÉTODOS

Essa pesquisa apresenta uma abordagem qualitativa, a qual pode ser definida por Flick (2009) como um método que tem como interesse buscar interpretações para fenômenos complexos em profundidade, sendo um tipo de pesquisa que responde perguntas particulares e trabalha com significados. Buscou-se responder um questionamento inicial sobre como plataformas eletrônicas podem promover a aproximação entre produtores e consumidores.

Foi usada a plataforma WordPress, que é a base do sistema para aplicações na web. A plataforma utiliza tecnologias como PHP, HTML, CSS, JavaScript, Ajax e SQL. A plataforma vem com painel administrativo que faz o controle de usuários, páginas, notícias, plugins, temas, etc. O tema permite a personalização da parte visual da plataforma como fonte, tamanho, cor, objetos, etc. Os plugins permitem a inclusão e personalização de funções incorporadas na plataforma, e são utilizadas pelos usuários.

Após entrevistas e questionários, foi possível ajustar a plataforma para atender às principais necessidades do produtor e consumidor. Foi realizado ajustes no tema instalado, como fonte, tamanho, cor e objetos, melhorando a usabilidade e a navegação, tanto em computadores de mesa

como em telefones móveis. Foi analisado termos que se adequam a realidade de cada usuário, melhorando o entendimento e significado das ações na plataforma. Foi realizado ajustes nos plugins instalados, criando e configurando funções e parâmetros para executar as funcionalidades propostas da plataforma.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

O sistema foi desenvolvido sobre a plataforma WordPress de código aberto sob a licença GNU. O site da wordpress brasil estima que a plataforma seja usada por 30% da internet. A comunidade de programadores disponibilizam diversos temas pré montados e funções prontas, para serem utilizadas e personalizadas no desenvolvimento do sistema.

O sistema informatizado de aproximação entre consumidores e produtores orgânicos da região irá conter os dados de produtores, consumidores, estoque, pedidos e locais de distribuição. Também contém as funções básicas de cadastrar produtores, cadastrar consumidores, cadastrar estoque, realizar pedidos, cadastrar locais de distribuição. Entre as funções básicas do negócio, o sistema contém as funções de segurança, controle, permissão, gerenciamento, relacionamento, suporte e promoção.

De acordo com as etapas realizadas neste trabalho, pôde-se desenvolver o sistema proposto, conforme pode ser observado nas figuras abaixo (FIGURA 1).



Figura 1 - Imagens do sistema proposto

A plataforma, após vários testes, entrou em produção no dia 14 de Maio de 2019 com a variedade de 30 produtos disponibilizado pelo primeiro produtor parceiro do projeto. Com a primeira disponibilização de produtos, 8 consumidores puderam realizar suas reservas. A primeira disponibilização movimentou a economia local em R\$ 324,60 reais.

Na primeira semana da implementação da plataforma, mais de 10 consumidores realizaram o cadastro. Em apoio com o local de distribuição, com consumidores, orientador, professores e com

o produtor, foram feitos ajustes para que a realização do cadastro de produtores, consumidores e a disponibilização e reserva de alimentos fosse feita de maneira intuitiva e clara, já que a maioria tem experiência apenas com celulares.

5. CONCLUSÕES

A inserção da plataforma nas atividades do produtor e consumidor, pode por parte do produtor ampliar e alcançar mais consumidores com menos esforço e por parte do consumidor, pode facilitar na visualização e reserva dos alimentos, já que a plataforma fica disponível 24 horas por dia e já exibe a quantidade e variedade de produtos disponíveis.

Importante ressaltar que com essa plataforma surge a possibilidade de elaborar novas funcionalidades, como aplicativos móveis, informações via e-mail de novos produtos, como funcionalidades de outras áreas, incluindo administração, publicidade e marketing, agronomia, etc.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao Núcleo Institucional de Pesquisa e Extensão (NIPE) do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do sul de Minas Gerais campus Machado, o fomentador do projeto, ao meu orientador, a produtora parceira Flávia, ao local de distribuição parceiro COETAGRI.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Alimentos orgânicos renderam R\$ 4 bilhões a produtores brasileiros em 2018.** Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/noticias/mercado-brasileiro-de-organicos-fatura-r-4-bilhoes>

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Cresce percentual de orgânicos nas compras do Programa de Aquisição de Alimentos.** Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/noticias/cresce-percentual-de-organicos-nas-compras-do-programa-de-aquisicao-de-alimentos>. Acesso em: 02 de julho de 2019.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. – **Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Brasília.** 2014. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/comunicacao/noticias/2011/02/mercado-interno-de-organicos-cresce-40porcento-em-2010> >. Acesso em: jul de 2019.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa.** Tradução Joice Elias Costa, 3 ed., Porto Alegre: Artmed, p.130, 2009.

ORGANICS BRASIL. **Organics Brasil Imprensa. 2014.** Disponível em: <http://www.organicsbrasil.org/> >. Acesso em: jul de 2019.

WORDPRESS. **About Us.** Disponível em: <https://wordpress.com/about/> >. Acesso em: 12 mai. 2018.