

# USO DE CATÁLOGOS DE PRODUTOS DA COPERVV COMO UMA FERRAMENTA ADMINISTRATIVA<sup>1</sup>

**Área temática:** Educação

**Autores (as):** Jordana Gomide Braz<sup>2</sup>, Ana Paula Rosa dos Santos<sup>2</sup>, Ana Rebecca Maia Araújo<sup>2</sup>, Maria Gabriela Rossetti Rogerio<sup>2</sup>, Kárita Fernanda da Silva Lira<sup>3</sup>, Jader Brenner Barbosa de Sousa<sup>3</sup> Diego Pierotti Procópio<sup>4</sup>

Coordenador (a): Diego Pierotti Procópio<sup>4</sup>

**RESUMO:** Objetivou-se nesse estudo analisar o processo de elaboração do catálogo de produtos da CooperVV, que se localiza no município de Cuiabá-MT. Para o alcance do objetivo proposto, utilizou-se a metodologia de análise qualitativa com o desenvolvimento de ações de visita *in loco* e diálogo com os produtores rurais sobre o processo de comercialização e variedades de produtos a serem vendidos. Sendo assim, o catálogo está em fase de elaboração, com o cadastramento das informações técnicas dos produtos e da instituição.

**Palavras-chave:** Catálogo, CooperVV, ferramenta administrativa, marketing.

## 1 INTRODUÇÃO

Os setores da economia que têm se destacado no Brasil, é o agronegócio, que vem desempenhando um importante papel de produtor e distribuidor de produtos agrícolas. Todas as atividades econômicas, tecnológicas, políticas e sociais ligadas à produção, transformação, distribuição e consumo de produtos de origem vegetal e animal, têm se projetado de maneira especial dentro dessa nova economia globalizada (IGNACIO, 2008). Grupos de produtores e trabalhadores que se vêem em situação de exclusão têm buscado, através da cooperação e da associação, alternativas para terem acesso à informação, às novas tecnologias para aumentarem a eficiência e eficácia na produção e comercialização de seus produtos e serviços

---

<sup>1</sup> Os autores agradecem ao apoio financeiro do Departamento de Economia Solidária (DESOL) da Secretária Nacional de Inclusão Social e Produtiva Urbana (SENISP) do Ministério da Cidadania (MC) para a condução das atividades do projeto, bem como a Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT)/Campus Cuiabá.

<sup>2</sup> Discentes do curso de Medicina Veterinária da UFMT.  
e-mail: jordanapgomide@hotmail.com

<sup>3</sup> Discentes do curso de Zootecnia da UFMT.

<sup>4</sup> Professor orientador. E-mail: diego\_pierottivrb@yahoo.com.br

Na Cooperativa Conexão Verde Vitória (CooperVV), uma entidade que congrega produtores de verduras e hortaliças, visa à transição da agricultura convencional para a agroecológica, envolvido no comércio atacadista. É realizando em conjunto um projeto de gestão ambiental de resíduos orgânicos. Além disso, a cooperativa gera renda para as famílias do Jardim Vitória e bairros adjacentes, bem como uma possibilidade de comercialização a varejo e conquista do selo ecocert de produto orgânico.

Contudo, a cooperativa apresenta problemas como dificuldades de conhecimento técnico e o desperdício de produtos por falta de mercado consumidor, isso se deve a problemas nos meios de divulgação e planejamento da comercialização da produção. O planejamento é imprescindível quanto às atividades das cooperativas, porque, com base no desempenho do exercício passado, prevêem-se para o ano vindouro os crescimentos horizontal e/ou vertical da comercialização, produção ou da prestação de serviço, paralelos às necessidades de materiais, equipamentos, infraestrutura física, demandas funcionais técnicas e/ou especializadas etc. Igualmente, é de fundamental importância para a estabilidade política da associação a participação do associado no processo decisório pertinente ao planejamento da cooperativa (CRÚZIO, 1997). Através da identificação do problema, propôs-se a elaboração do catálogo dos produtos para ampliar os canais de comercialização da cooperativa.

Esse trabalho tem como objetivo analisar o processo de elaboração do catálogo, com o objetivo de auxiliar no processo de comercialização dos produtos da cooperativa CooperVV.

## **2 METODOLOGIA**

O método a ser utilizado nessa pesquisa foi de natureza qualitativa. As técnicas a serem utilizadas serão as pesquisas bibliográfica e documental. Para Gil (2009). A pesquisa bibliográfica possui a função de resgatar o que já foi publicado sobre o tema estudado, a análise é realizada principalmente em livros, artigos científicos e anais de congressos. Por sua vez, a pesquisa documental possui a finalidade de obter informações sobre a temática em base de informações que estejam fora do ambiente acadêmico. Fonseca (2002) ressalta que a pesquisa documental recorre à fonte de informações mais diversificadas, como por exemplo, tabelas estatísticas, jornais,

revistas, relatórios, documentos oficiais e dentre outras bases de informações que tratam da temática em questão.

Os procedimentos para a coleta de dados utilizados foram à pesquisa documental, analisando os documentos da organização que foram disponibilizados. A análise da Cooperativa internamente teve como base o levantamento dos dados referentes aos procedimentos organizacionais das áreas financeira, comercial e social, bem como levantamento de seus investimentos, de produção e desenvolvimento técnico e social.

Para acompanhar as estratégias da organização é necessário desenvolver mecanismos, onde os gestores têm todos os indicadores necessários importantes para o bom desempenho da organização, usando uma cesta de medidas que os ajudem a não perder o foco nos resultados de longo prazo (IGNACIO, 2008).

### **3 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Os mercados contratuais podem ser considerados como uma das ferramentas disponíveis para a realização da gestão de riscos de preço e de produção a que os agricultores estão sujeitos, com o intuito de minimizá-los. E os instrumentos de apoio à comercialização agrícola, como o catálogo, estão disponíveis para ajuda na divulgação do produto ao consumidor (que em geral, são supermercados, restaurantes e dentre outros).

O catálogo de serviço é um material com todos os produtos que a empresa vende. Ajuda na imagem e venda da sua marca. Com o objetivo de definir os serviços, produtos vendidos, descrição detalhada do escopo de cada serviço/produto do empreendimento. Podendo ajudar a implementar melhorias no futuro, avaliando a possibilidade de ser incluído posteriormente ao seu serviço (SILVA, 2012).

O modelo formal de análise estratégica facilita e aumenta a efetividade desse processo de reflexão e que, organizações com uma boa visão estratégica possuem maiores chances de sobrevivência e sucesso (BATALHA e SILVA, 2001). Pois quando a Cooperativa tem mecanismos para ajudar os produtores a fazer uma leitura do mercado que estão inseridos, criam também a possibilidades destes se prepararem melhor para sua atividade produtiva e da sua manutenção e fortalecimento dentro do mercado

Intuito é facilitar a comercialização desses produtores com os restaurantes, supermercados, por meio de um material de divulgação. No catálogo estão disponíveis fotos dos produtos, endereço das cooperativas, sites e telefones para contatos (Figura 1).

**Alface**

COOPERATIVA AGRÍCOLA VERDE VITÓRIA

Informação Nutricional (Porção de 100g)

Valor energético	8,8 Kcal	0%
Carboidratos	1,8 g	1%
Proteínas	0,8 g	1%
Fibra Alimentar	1 g	4%
Cálcio	14,4 mg	1%
Vitamina C	11,0 mg	24%
Fósforo	19,4 mg	3%
Potássio	136,0 mg	

DESCRIÇÃO DO PRODUTO:	EMBALAGEM			CONSERVAÇÃO	CÓDIGO DE BARRAS
PRODUTO	TIPO DE EMBALAGEM	UNIDADE POR EMBALAGEM	GRAMATURA	VALIDADE	EAN 13
Alface Americana				7 dia.	789837913067

COOPERVV - CNPJ: 18.691.198/0001-52  
 Endereço: Av. José Estevão Torquato 999 -  
 Jd. Vitória Cuiabá - MT - Brasil - CEP: 78.055-731

Orgânico Brasil  
 Eco Cert

Contato: (65) 3644-8283/9021-0102/  
 E-mail: cooperativaverdevitoria@gmail.com

Figura 1: exemplo do catálogo da CooperVV. Fonte: arquivo pessoal

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A identificação de ferramentas administrativas possibilitou a adoção da gestão estratégica como o catálogo, que contribuiu para o acesso ao mercado e auxílio na divulgação dos produtos da cooperativa. Considerando este aspecto a aplicação mostrou-se pertinente, visto que esta ferramenta serve para articular melhor com o comprador, trazendo informações pertinentes, facilitando a negociação e garantindo a venda. Os resultados permitiram identificar uma relação positiva entre a aplicação da gestão estratégica e os objetivos a serem alcançados, tanto econômicos, quanto sociais.

#### REFERÊNCIAS

BATALHA, M. O. e SILVA, A. L. da. **Gerenciamento de sistemas agroindustriais: definições e correntes metodológicas.** In BATALHA, Mario Otávio (Coordenador). Gestão Agroindustrial: GEPAI: Grupo de Estudos e Pesquisas Agroindustriais. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2001.

CRÚZIO H. O. **Organização e administração de cooperativa,** 1997.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica.** Fortaleza: UEC, 2002.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2009.

IGNACIO O.M.C.; SOUZA E.M.S., **Gestão Estratégica Aplicada ao Cooperativismo Solidário: Uma Alternativa de Fortalecimento para os Agricultores Familiares,** 2008

SILVA, F.; **A importância do catálogo de Serviços ou produtos.** Disponível em <https://administradores.com.br/artigos/a-importancia-do-catalogo-de-servicos-ou-produtos>. Acesso em 08 de agosto de 2019