

Marketing para cooperativas da agricultura familiar¹

Sidnei Dal'Agnol², Keila Cristina Da Rosa³, Silvana Saionara Gollo⁴

RESUMO

Muitas cooperativas da agricultura familiar na região do Alto Uruguai Gaúcho apresentam dificuldades para compreender e aplicar estratégias de marketing em seus pontos de venda físicos e virtuais. É esse o caso da cooperativa Nossa Terra, que possui um ponto de venda físico no município de Erechim/RS. Buscando minimizar essa dificuldade, foi desenvolvido o projeto de extensão “Marketing para Cooperativas”, com o objetivo geral de apoiar cooperativas em suas práticas de marketing. O projeto teve a participação de três professores e dezoito estudantes do curso de Tecnologia em Marketing do IFRS – *Campus* Erechim e recebeu o apoio da EMATER/RS – ASCAR na comunicação e organização entre participantes. Ao final do projeto, foram propostas dez ações de marketing para a cooperativa analisar a viabilidade de aplicação em seu supermercado. Os resultados beneficiaram diretamente a cooperativa Nossa Terra e, posteriormente, poderão ser compartilhadas com outras cooperativas da região.

Palavras-chave: Mercadologia. Cooperativismo. Agricultura Familiar. Marketing para Cooperativas.

Introdução

O presente relato refere-se ao projeto de extensão “Marketing para Cooperativas”, vinculado ao “Programa de Apoio à Gestão na Agricultura Familiar”, desenvolvido entre maio e julho de 2022, por meio do edital IFRS nº 57/2020. O projeto teve como objetivo geral apoiar cooperativas da agricultura familiar para melhorias em práticas de marketing e como resultado, apresentar propostas de ações de aprimoramento. O projeto teve como demandantes cooperativas da agricultura familiar e

¹ Projeto de extensão: Marketing para cooperativas, 2022.

² Mestre em Agricultura de Precisão, Docente da área de Gestão e Negócios do Instituto Federal de Educação, Ciências e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS), *Campus* Erechim. sidnei.dalagnol@erechim.ifrs.edu.br

³ Mestre em Administração, Docente da área de Gestão e Negócios do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS), *Campus* Erechim. keila.rosa@erechim.ifrs.edu.br

⁴ Doutora em Administração. Docente da área de Gestão e Negócios do Instituto Federal de Educação, Ciências e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS), *Campus* Erechim. silvana.gollo@erechim.ifrs.edu.br

foi desenvolvido na Cooperativa de Produção e Consumo Familiar Nossa Terra (Nossa Terra) e como apoiadora a Associação Riograndense de Empreendimentos de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER/RS).

A EMATER/RS apoiou o projeto fornecendo diagnósticos com dados da cooperativa e auxiliando na comunicação com os gestores, além de participar de reuniões para debater sobre a atual situação dos pontos de venda aos consumidores.

A Cooperativa Nossa Terra atua em diferentes partes do país, com vendas, tanto no atacado, quanto no varejo. Com mais de 20 anos de atuação, possui em seu quadro social mais de 3.000 agricultores familiares, 18 cooperativas associadas e mais de 50 agroindústrias (COOPERATIVA NOSSA TERRA, 2023).

O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) – *Campus Erechim*, atende demandas das cooperativas da agricultura familiar na região do Alto Uruguai Gaúcho, relacionadas à mercadologia há mais de cinco anos. Para contemplar a necessidade da demandante, este projeto foi desenvolvido por estudantes e professores vinculados ao curso de Tecnologia em Marketing do IFRS, por meio de atividades realizadas em sala de aula e também no supermercado da cooperativa Nossa Terra.

A sede da cooperativa Nossa Terra está localizada no município de Paulo Bento/RS, porém, o supermercado atendido pelo projeto está localizado no município de Erechim/RS. Nesse local são comercializados itens comumente encontrados em outros mercados, bem como vários produtos de agroindústrias familiares associadas da cooperativa e outros produtos oriundos da agricultura familiar. O público-alvo do supermercado é constituído por associados que compram itens para consumo próprio e pela comunidade em geral que faz suas compras de rotina.

Além de atender a demanda da cooperativa para aplicação de marketing nos seus ambientes, o projeto também atendeu uma solicitação dos estudantes do curso de Tecnologia em Marketing do IFRS, que desejavam ter mais atividades práticas na sua área de formação. Foi proposta e aceita pelos estudantes da disciplina de Seminários em Marketing do quinto semestre do curso a realização de estudo e proposição de ações mercadológicas para o supermercado da Cooperativa Nossa Terra. Outras cooperativas da agricultura familiar atendidas pela EMATER, poderão utilizar as propostas criadas.

As demandas apresentadas pela cooperativa estão embasadas na dificuldade de entender e aplicar as principais técnicas de marketing aos ambientes de comercialização e com isso, atrair, conquistar e manter relações comerciais duráveis e lucrativas para os envolvidos no processo de comercialização. Nesse sentido, o projeto desenvolveu ações de ensino, pesquisa e extensão, conforme as etapas apresentadas a seguir.

Desenvolvimento

Para o desenvolvimento do projeto foi realizado inicialmente contato com extensionistas da EMATER/RS – ASCAR. Nesse primeiro contato, foi explicado que o objetivo da proposta era atender à demanda já levantada e trabalhada em anos anteriores com as cooperativas da agricultura familiar da região, para propor melhorias em suas práticas de marketing. Nesse momento, foi acertado com os extensionistas que eles manteriam contato com as cooperativas Nossa Terra, Coopvida e Cecafes para identificar quais delas teriam interesse em ser atendidas pelo projeto. Como requisito, a cooperativa interessada deveria possuir um ponto físico de comercialização, dando-se prioridade às cooperativas que já haviam participado de trabalhos com o IFRS em anos anteriores, que fossem de pequeno porte e formadas por famílias da agricultura familiar.

Em reunião, conduzida pelo professor e coordenador do projeto, e por extensionistas da Unidade de Cooperativismo da EMATER/RS de Erechim/RS, foi indicado e definido que o trabalho seria desenvolvido no ponto de venda da Cooperativa Nossa Terra, nesse mesmo município e posteriormente alguns resultados do trabalho poderiam ser utilizados pelas demais cooperativas da região. A escolha se deu pela localização próxima ao IFRS, o que facilita a realização de visitas ao ambiente de estudo e também devido a cooperativa apresentar um ambiente de comercialização mais estruturado, capaz de oferecer condições melhores para alcance dos objetivos propostos.

Após a definição da cooperativa que seria atendida pelo projeto, foram realizadas pesquisas, discussões e apresentações em sala de aula, sobre temas como cooperativismo, agricultura familiar e extensão rural, visando uma melhor compreensão sobre o público-alvo e o ambiente de trabalho. Para complementar a parte teórica foi realizada uma palestra no IFRS – *Campus* Erechim, com a participação de um extensionista rural da EMATER/RS – ASCAR, que abordou o tema extensão rural (Figura 1). Além disso, o presidente e um colaborador da cooperativa Nossa Terra, falaram sobre a instituição e abordaram o tema agricultura familiar.



📌 **Figura 1.** Palestra ministrada pela Cooperativa Nossa Terra e pela Emater. **Fonte:** Próprios autores (2022).

Para que os estudantes pudessem conhecer mais sobre a realidade da cooperativa Nossa Terra, foi disponibilizado pela EMATER, com autorização da cooperativa, um documento denominado Estudo de Situação, contendo informações sobre a constituição da cooperativa, história, produtos e serviços ofertados, além de informações utilizadas para seu planejamento estratégico. Durante os trabalhos, o documento foi utilizado pelos estudantes, com orientação do professor e coordenador do projeto, para compreensão do ambiente de marketing.

Conforme mencionado anteriormente, o projeto envolveu estudantes do quinto semestre do curso de Tecnologia em Marketing do IFRS – *Campus* Erechim, na disciplina de Seminários em marketing. Para o desenvolvimento dos trabalhos os estudantes puderam optar por fazê-los em

duplas ou individual. Durante o semestre letivo, foram disponibilizados momentos em aula para que os estudantes desenvolvessem suas propostas, que deviam ser complementadas em horários extraclasse, os quais foram contabilizados e certificados pelo projeto de extensão.

Para oportunizar a compreensão sobre o local e sobre os processos existentes no ponto de venda da cooperativa, foi realizada uma visita técnica, cujo registro pode ser visto na Figura 2. Também participaram estudantes de outros semestres do curso de marketing que atuaram no projeto. Durante a visita, os estudantes puderam circular, fotografar, entrevistar e dialogar com colaboradores da cooperativa e com dirigentes.



📍 **Figura 2.** Visita técnica ao supermercado da cooperativa Nossa Terra. **Fonte:** Próprios autores (2022).

De posse de anotações, fotos, vídeos, relatórios, informações de pesquisas em fontes secundárias, e com orientação do coordenador do projeto, os estudantes concentraram esforços durante o semestre para a criação de propostas de marketing viáveis à cooperativa. As propostas iniciais foram apresentadas pelos estudantes aos seus colegas de turma, em forma de seminário, com objetivo de identificar possíveis pontos falhos e coletar eventuais sugestões para melhorias.

Ao final do projeto, que ocorreu no mês julho de 2022, foi realizado um seminário para apresentação de dez propostas de ações de marketing para o ponto de venda da cooperativa Nossa Terra. As apresentações foram realizadas pelos próprios estudantes e tiveram como público a direção da cooperativa, representantes da EMATER/RS – ASCAR e demais estudantes e professores do curso de Tecnologia em Marketing do IFRS – *Campus* Erechim. Após as apresentações foi disponibilizado um tempo para tirar dúvidas da plateia e para avaliações. A Figura 3 registra um momento do seminário de apresentação do projeto.



📌 **Figura 3.** Seminário de apresentação das propostas de marketing. **Fonte:** Próprios autores (2022).

As seguintes propostas foram criadas e apresentadas: (I) planejamento de comunicação anual com seis datas principais comemorativas; (II) proposta de realocação de mercadorias no ponto de venda (III) promoção dos produtos da cooperativa em mercados varejistas de bairros de Erechim/RS; (IV) promoção dos produtos e da marca Nossa Terra no aplicativo de compras *Delivery Much*; (V) revitalização da parte externa do mercado da cooperativa; (VI) criação de um grupo de WhatsApp fechado para divulgação de promoções; (VII) criação e disponibilização de sacolas ecobag para clientes; (VIII) aprimoramento do plano de comunicação digital do supermercado; (IX) proposta de nova identidade visual para embalagens de produtos (X) associação de imagens e histórias de famílias associadas no site da cooperativa.

As propostas foram entregues para o coordenador do projeto, que posteriormente reuniu os arquivos e os entregou no evento de comemoração dos 21 anos da Cooperativa Nossa Terra, realizado no município de Paulo Bento/RS.

Durante as avaliações orais realizadas em grupo e individualmente, todos os estudantes relataram que a experiência foi positiva e que puderam colocar em prática os aprendizados adquiridos sobre marketing. Expressaram ainda que se sentiram desafiados e que a experiência dificilmente será esquecida. Além disso, foram feitas avaliações com dirigentes da cooperativa e extensionistas da EMATER, os quais agradeceram a colaboração e relataram que várias das propostas serão levadas para análise e provavelmente serão aplicadas para melhorias no ponto de venda. A EMATER solicitou, e foi autorizado, para que algumas propostas de marketing apresentadas fossem repassadas para outras cooperativas da região.

Conclusão

Este projeto relatou ações e propostas de melhorias em práticas de marketing sugeridas à Cooperativa Nossa Terra de Erechim/RS, desenvolvidas a partir do projeto de extensão “Marketing para Cooperativas”, por estudantes e professores do Curso de Tecnologia em Marketing do IFRS – Campus Erechim. Conforme já exposto, as avaliações realizadas pelos demandantes, assim como pelos estudantes envolvidos na criação das propostas, foram positivas, mostrando que novos projetos semelhantes podem ser de grande valor às organizações da região de abrangência da Instituição.

As sugestões e comentários oferecidos neste projeto têm o potencial de melhorar as condições do ponto de venda da cooperativa demandante, assim como, das demais cooperativas que terão acesso aos materiais produzidos, evidenciando que o projeto atingiu o objetivo geral de apoiar as cooperativas para melhorias em suas práticas de marketing.

Além disso, a proposta de criação de material sobre marketing aplicado aos pontos de venda das cooperativas da agricultura familiar está sendo analisada e, provavelmente, será posta em prática durante o ano de 2023. Isso demonstra a relevância do trabalho realizado pelos estudantes do IFRS junto à comunidade externa. Isso reforça que a experiência prática pode ser um exemplo de sucesso para a curricularização da extensão no Curso de Tecnologia em Marketing.

Referências:

COOPERATIVA NOSSA TERRA. Site da cooperativa: Quem Somos, 2023. Quem somos. Disponível em: <https://coopnossaterra.com.br/quem-somos/>. Acesso em 06 jan. 2023.