

REPÚBLICA AGRONEGÓCIOS: EMPREENDIMENTO DE COMERCIALIZAÇÃO, SERVIÇOS E INFORMAÇÕES VOLTADOS AO AGRONEGÓCIO

Joélio Farias Maia¹

Candido Jorge de Moraes²

Julio Cordeiro do Nascimento³

Leandro Vaz da Silva⁴

Shirley Grazieli Nascimento Altemburg⁵

Resumo:

O presente trabalho trata-se de um projeto para implantação de um empreendimento virtual chamado "República Agronegócios", que teve origem na disciplina de Projetos Aplicados ao Agronegócio I e II do Curso Superior de Tecnologia em Agronegócio da UNIPAMPA Campus Dom Pedrito. O meio rural passa por grandes mudanças onde a produção agrícola está cada dia mais complexa e tecnológica. Scipião (2011) comenta que o meio rural passa por constante transformação na forma de realizar negociações e outras diversas operações necessárias para manter firme o ato de produção e sobrevivência do empreendimento. A Internet e o comércio eletrônico são um importante (e futuramente talvez o mais importante) canal mundial de distribuição de bens, serviços e empregos na área administrativa e gerencial (DRUCKER, 2000). Dom Pedrito é um município situado na Região da Campanha Gaúcha, no Estado do Rio Grande do Sul, onde tem sua fonte de renda principal oriunda do agronegócio, principalmente na agricultura e pecuária de corte (MAIA et. al., 2017). O objetivo deste trabalho foi checar a viabilidade econômica da implantação de um site voltado ao mundo do agronegócio, além de elencar os principais fatores a serem levados em consideração na construção do empreendimento, assim como desenvolver um modelo de site piloto para futuros testes. Para realização dos objetivos propostos, efetuou-se um estudo através de pesquisas bibliográficas, o tema pesquisado foi o comércio eletrônico ou e-commerce e serviços voltados ao cenário do agronegócio, principalmente no setor administrativo e organizacional. Para as questões aqui estudadas, verificou-se que é viável a implantação deste empreendimento virtual, seguindo os moldes mencionados neste projeto. O site República Agronegócios é um investimento de baixo custo, não oferecendo grandes riscos à seus idealizadores e está inserido neste novo contexto mundial de busca pela informação e comércio eletrônico, assim como todas as facilidades que proporcionam à seus usuários/clientes do negócio. Por fim, conclui-se a viabilidade financeira deste empreendimento, que deve ser colocado em prática pelos autores.

Palavras-chave: E-commerce, Site, Agronegócio, Dom Pedrito.

Modalidade de Participação: Iniciação Científica

REPÚBLICA AGRONEGÓCIOS: EMPREENDIMENTO DE COMERCIALIZAÇÃO, SERVIÇOS E INFORMAÇÕES VOLTADOS AO AGRONEGÓCIO

¹ Aluno de graduação. joelio1935@hotmail.com. Autor principal

² Aluno de graduação. candidojmoraes@gmail.com. Co-autor

³ Aluno de graduação. juliocordeirodp@gmail.com. Co-autor

⁴ Aluno de graduação. leandrohvz@gmail.com. Co-autor

⁵ Docente. shirleyaltemburg@unipampa.edu.br. Orientador



REPÚBLICA AGRONEGÓCIOS: EMPREENDIMENTO DE COMERCIALIZAÇÃO, SERVIÇOS E INFORMAÇÕES VOLTADOS AO AGRONEGÓCIO

INTRODUÇÃO

O presente trabalho trata-se de um projeto para implantação de um empreendimento virtual chamado “República Agronegócios”, teve origem na disciplina de Projetos Aplicados ao Agronegócio I e II do Curso Superior de Tecnologia em Agronegócio da UNIPAMPA Campus Dom Pedrito. Configura-se como um site para comercialização, serviços, anúncios de animais, produtos e estabelecimentos, além de notícias diversas sobre a atividade agropecuária de Dom Pedrito-RS e região.

O meio rural passa por grandes mudanças onde a produção agrícola está cada dia mais complexa e tecnológica. Scipião (2011) comenta que o meio rural passa por constante transformação na forma de realizar negociações e outras diversas operações necessárias para manter firme o ato de produção e sobrevivência do empreendimento. A globalização chegou de vez, para todos os setores, inclusive no setor primário, elevando o nível de exigência de quem coordena e administra o negócio, sendo que, o consumidor está cada vez mais exigente na busca por qualidade e muito ligado a conscientização por sustentabilidade. A Internet e o comércio eletrônico são um importante (e futuramente talvez o mais importante) canal mundial de distribuição de bens, serviços e empregos na área administrativa e gerencial (DRUCKER, 2000). Todas essas operações executadas online, ganhando tempo e com baixo custo. Este é o modelo ideal de marketing, onde levamos a publicidade juntamente com anúncios, notícias e informações, a qualquer lugar do Brasil e do Mundo, e temos como forte aliado, o tema de sustentabilidade, onde operações via internet, necessitam apenas de um computador e poucos recursos, não gerando principalmente grandes desperdícios de materiais como papéis, cartazes e afins. Segundo Adizes (1998) é importante salientar que, quando uma empresa se adapta à mudança, ela está fazendo o mínimo para sobreviver. Para ter sucesso, precisa se antecipar à transformação, ser mais rápida do que a transformação. Os problemas resultantes são naturais, uma vez que toda implantação gera conflitos, por afetar interesses específicos. Sendo assim transformações são constantes nos negócios, necessitando sempre atualizar a forma de trabalho e as ideias do empreendimento. Para Drucker (2000), quando você vê um negócio bem-sucedido é porque alguém, algum dia, tomou uma decisão corajosa. O objetivo deste trabalho foi checar a viabilidade econômica da implantação de um site voltado ao mundo do agronegócio, além de elencar os principais fatores a serem levados em consideração na construção do empreendimento, assim como desenvolver um modelo de site piloto para futuros testes.

METODOLOGIA

Dom Pedrito é um município situado na Região da Campanha Gaúcha, no Estado do Rio Grande do Sul, onde tem sua fonte de renda principal oriunda do agronegócio, principalmente na agricultura e pecuária de corte. (MAIA et. al., 2017). Para realização dos objetivos propostos, efetuou-se um estudo através de pesquisas

bibliográficas, o tema pesquisado foi o comércio eletrônico e serviços voltados ao cenário do agronegócio, principalmente no setor administrativo e organizacional. Foi efetuada uma pesquisa descritiva para levantamento de dados e listagem de alguns dos principais sites atuantes no setor. “As pesquisas deste tipo têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis” (GIL, 2008, p. 28). Os dados obtidos levaram em consideração, variáveis como: conteúdo publicado, parceiros (anunciantes), utilitários e outras mídias que a empresa publica seus conteúdos para publicidade e captação de clientes, conforme demonstra a figura 1.

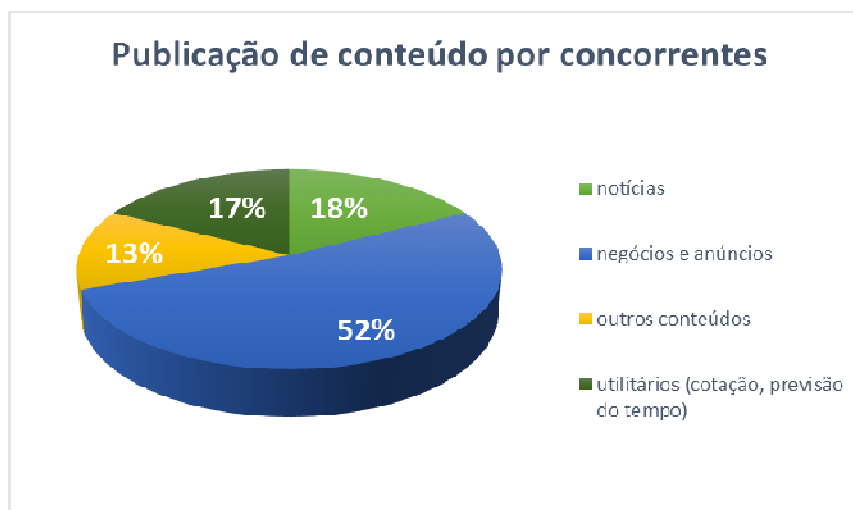


Figura 1. Percentual de publicação de conteúdos por concorrentes, elaborada pelos Autores.

Os conteúdos de negócio e anúncios são os mais publicados (52%), notícias (18%), utilitários (17%) e outros conteúdos (13%), sendo que a maioria dos empreendimentos usa de outras mídias, para anunciar seus produtos ou serviços, isso devido ao grande acesso às redes sociais. Quanto à criação e operação do site, primeiramente criou-se um projeto piloto via plataforma de internet chamada WIX (<http://pt.wix.com/>), onde foi possível idealizar o layout do site, escolheu-se a opção gratuita, para não contrair custos na fase inicial do projeto. A responsabilidade de operar e atualizar este “site piloto” ficou a cargo do grupo, responsáveis pela manutenção dos conteúdos a serem publicados diariamente em forma de notícias. Essa pesquisa possibilitou a montagem da grade de publicação do site onde serão incorporados os serviços oferecidos ao cliente, que além dos negócios, anúncios, notícias e utilitários, pode obter informações referentes a outros serviços como: agenda de pagamentos / Fluxo de caixa e organização de documentos. Com esse incremento da prestação de serviços, principalmente voltados à gestão da propriedade, ganha-se um novo campo a ser explorado, garantindo uma nova ferramenta de trabalho de nosso negócio e um novo parceiro do produtor no seu dia a dia. O novo site está em fase de criação, já sendo possível sua visualização através do endereço eletrônico <http://republicaagro.wixsite.com/republicaagro>.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foi elaborada a Matriz SWOT do empreendimento (figura 2) destacando as forças e oportunidade, ameaças e fraquezas que foram traçadas na montagem do projeto do

site. É uma técnica utilizada para a gestão e o planejamento das empresas, seja ela de pequeno ou grande porte (FERNANDES, 2013).



Figura 2. Matriz SWOT, elaborada pelos Autores

As forças destacadas, como atendimento personalizado, pois para cada caso será moldado um projeto adequando-se a necessidade do cliente, estes fatores ligados a oportunidades como a atual era digital e a carência de uma empresa deste setor no município de Dom Pedrito-RS, constituem o lado positivo deste projeto. Por outro lado, a pouca experiência dos sócios e o baixo conhecimento de programação de sites, foi apontado como um ponto fraco, que se junta a ameaças como novos concorrentes e principalmente a cultura dos produtores do município de Dom Pedrito.

Elaboração de Fluxo de Caixa

Elaborou-se um fluxo de caixa para saber a viabilidade econômica do empreendimento. A tabela 1 foi elaborada com a função de balizar os valores dos serviços oferecidos, sendo na área administrativa: Agenda de pagamentos e fluxo de caixa, organização de documentos, e na área comercial, vendas de produtos e publicidades em geral. Diante das informações descritas acima, foi elaborado a seguinte tabela de preços:

Tabela 1. Receitas – valores de serviços prestados.

DESCRIÇÃO DO SERVIÇO	VALOR R\$	PERÍODO
Agenda de Pagamentos e Fluxo de Caixa	100,00 (mensal)	-
Organização de Documentos	100,00 (mensal)	-
Venda de Produtos	50,00	6 meses
Publicidade (informativos)	100,00 (mensal)	12 meses
Publicidade (banner)	50,00 (mensal)	12 meses

Fonte: elaborada pelos autores.

Na parte de investimentos e custos, como projeto piloto de um empreendimento virtual, conforme descritos anteriormente foram simulados alguns custos iniciais e fixos, sendo respectivamente o começo e a manutenção de equipamentos e modo de trabalho. A tabela 2 trata do valor disposto aos investimentos iniciais do site.

Tabela 2. Descrição dos investimentos unitários do empreendimento.

DESCRIÇÃO	VALOR R\$	OBSERVAÇÃO
Computador (note book)	1.200,00	Propriedade de um sócio
Mesa e cadeira	400,00	Propriedade de um sócio
Sala para operação do site	-	Propriedade de um sócio
Armários para arquivos	400,00	Será adquirido
INVESTIMENTO TOTAL	2.000,00	Baixo custo para aquisição

Fonte: elaborada pelos autores

Como demonstra a tabela 2, os investimentos iniciais básicos, são de propriedade de um dos integrantes do projeto, não sendo necessário, em um primeiro momento haver nenhum tipo de investimento ou desembolso nestes itens, porém com percepção da necessidade de armários para arquivos dos documentos, prevê-se a aquisição de móveis. Na tabela 3, podemos observar as despesas operacionais do empreendimento, que são as básicas para o funcionamento do site.

Tabela 3. Despesas operacionais

DESCRIÇÃO	VALOR R\$	OBSERVAÇÃO
Água / energia elétrica / internet	150,00	Mensal
Domínio do site	29,99	Mensal
Publicidade em panfletos e cartões de visita	400,00	Conforme demanda
Publicidade em rádios e jornais	200,00	Mensal
Outras pequenas despesas	50,00	Variável
DESPESAS OPERACIONAIS	429,99 + 400,00*	Mensal / variável*

Fonte: elaborada pelos autores - Variável* - não ocorrerá mensalmente, somente em algumas ocasiões específicas.

Analisando as tabelas 1,2 e 3, observamos que os valores necessários para execução do projeto piloto, seriam de R\$ 429,99 para despesas operacionais mensais, R\$ 400,00 para publicidade impressa sendo uma despesa variável, e um valor de investimento avaliado em R\$ 2.000,00, que sendo de propriedade de um dos integrantes do projeto, não se faz necessário nesta etapa, observando o investimento nos móveis citados na tabela 2. Em contrapartida, a publicidade mensal para cada anunciante, estipulada em R\$ 100,00 para informativos e R\$ 50,00 para banner, serão a renda fixa mensal por período determinado de tempo, de onde serão pagas as despesas operacionais e futuras divisões de lucros. Como pode ser analisado na tabela 4, a necessidade de receita mensal é de R\$ 450,00 ou 4,5 clientes anunciantes, para cobrir as despesas iniciais, sendo que a meta a ser atingida é de 6 (seis) clientes, ou R\$ 600,00, restando um saldo de R\$ 150,00 mensais, para ser usado com verba de representação nos eventos do segmento.

Tabela 4. Simulação de fluxo de caixa mensal

DESCRIÇÃO	VALOR R\$	OBSERVAÇÃO
Receita de anúncios	600,00	Meta
Despesas Operacionais	450,00	Mensal

(fixa)				
Saldo em caixa	150,00	Usar	como	verba
		representação		

Fonte: elaborada pelos autores

O restante dos valores arrecadados com prestação de serviços e outros anúncios de auxílio ao produtor serão poupados até o fim do ano social, sendo que a quantia final será destinada para investimento de um computador (note book), demais móveis e equipamentos necessários, além do valor destinado a cada integrante (sócio) do empreendimento, que não será estipulado, mas analisando todo o desempenho dos serviços, será dividido para os integrantes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para as questões aqui estudadas, verificou-se que é viável a implantação deste empreendimento virtual, seguindo os moldes mencionados neste projeto. O site República Agronegócios é um investimento de baixo custo, não oferecendo grandes riscos à seus idealizadores e está inserido neste novo contexto mundial de busca pela informação e comércio eletrônico, assim como todas as facilidades que proporcionam à seus usuários/clientes do negócio. Verificou-se ainda, que para melhor operação do site, é necessário buscar outras plataformas que ofereçam mais suporte e facilitem a busca via internet, fazendo com que o site fique mais visível e mais acessível ao cliente. Quanto às fraquezas e ameaças apresentadas na matriz SWOT, o enfrentamento se dá com trabalho de marketing e divulgação do empreendimento, onde busca-se conhecimento do mercado e técnico para operar o site, através de cursos, criar maneiras de enfrentar os concorrentes oferecendo diferenciais competitivos de modo a chegar até o cliente para poder conquistá-lo. Conclui-se a viabilidade financeira deste empreendimento, que deve ser colocado em prática pelos autores.

REFERÊNCIAS

- ADIZES, I. **É preciso mudar antes.** *HSM Management*, São Paulo, v.2, n.11, p.64-68, nov./dez., 1998. AMOR, D. A (r) *evolução*.
- DRUKER, P.F. **O futuro já chegou.** Revista EXAME, ed. 710, mar., 2000. p. 112-126.
- FERNANDES, I. G. M. et. al. **Planejamento estratégico: Análise SWOT.** [internet]; 2013. [acesso em 28 nov 2016]. Disponível em: <http://www.aems.edu.br/conexao/edicaoanterior/Sumario/2013/downloads/2013/3/88.pdf>
- GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**, Sexta Edição – Editora Atlas S.A. São Paulo, 2008. p.28.
- MAIA, J. F. et. al. **Análise de ambiente de uma empresa de insumos agropecuários do município de Dom Pedrito-RS**, 2017.
- MAIA, J. F. et. al. **Aspectos da bovinocultura de leite dentro da porteira do município de Dom Pedrito-RS**, 2017.
- SCIPIÃO, C. E. A. **Internet e agronegócio uma questão de sobrevivência**, [internet]; 2011. [acesso em 02 mai 2016]. Disponível em: <http://www.artigos.etc.br/internet-e-agronegocio-uma-questao-de-sobrevivencia.html> - data de acesso: 02/05/2016
- WIX, **Crie um site** [internet]. Disponível em: <http://pt.wix.com/>. Web site em desenvolvimento disponível em: <http://republicaagro.wixsite.com/republicaagro>