



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PARÁ –
CAMPUS CASTANHAL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO RURAL E GESTÃO
DE EMPREENDIMENTOS AGROALIMENTARES
MESTRADO PROFISSIONAL EM DESENVOLVIMENTO RURAL E GESTÃO DE
EMPREENDIMENTOS AGROALIMENTARES

CAREN VANESSA PINHEIRO DE CASTRO

**TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COOPERATIVISMO: WEBSITE
INSTITUCIONAL COMO FERRAMENTA DE GESTÃO DA COOPERATIVA
AGROPECUÁRIA DO SALGADO PARAENSE – CASP**

CASTANHAL – PA
2021

CAREN VANESSA PINHEIRO DE CASTRO

**TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COOPERATIVISMO: WEBSITE
INSTITUCIONAL COMO FERRAMENTA DE GESTÃO DA COOPERATIVA
AGROPECUÁRIA DO SALGADO PARAENSE – CASP**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural e Gestão de Empreendimentos Agroalimentares do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA) – Campus Castanhal como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Rural e Gestão de Empreendimentos Agroalimentares.

Orientador: Prof. Dr. Adebaro Alves dos Reis.

Dados para catalogação na fonte
Setor de Processamento Técnico Biblioteca
IFPA - Campus Castanhal

C355t Castro, Caren Vanessa Pinheiro de

Tecnologia da informação e cooperativismo: website institucional como ferramenta de gestão da Cooperativa Agropecuária do Salgado Paraense – CASP / Caren Vanessa Pinheiro de Castro. — 2021.

133 f.

Impresso por computador (fotocópia).

Orientador: Prof. Dr. Adebaro Alves dos Reis.

Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural e Gestão de Empreendimentos Agroalimentares) — Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará – IFPA, 2021.

1. Sites da Web – Implantação. 2. Cooperativa Agropecuária do Salgado Paraense – CASP. 3. Tecnologia da Informacao. 4. Coperativas – Gestão. 5. Cooperativismo. I. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará. II. Título.

CDD: 006.786098115

CAREN VANESSA PINHEIRO DE CASTRO

**TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COOPERATIVISMO: WEBSITE
INSTITUCIONAL COMO FERRAMENTA DE GESTÃO DA COOPERATIVA
AGROPECUÁRIA DO SALGADO PARAENSE – CASP**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural e Gestão de Empreendimentos Agroalimentares do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA) – Campus Castanhal como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Rural e Gestão de Empreendimentos Agroalimentares.

Orientador: Prof. Dr. Adebaro Alves dos Reis.

Data da Defesa: 30/09/2021

Conceito: APROVADA

Banca Examinadora

Prof. Dr. Adebaro Alves dos Reis - Orientador
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará – Campus Castanhal

Prof. Dr. Pablo Radamés Cabral de França - Membro Interno
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará – Campus Castanhal

Prof. Me. Diego da Silva Smith – Membro Externo
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará – Campus Castanhal

Dedico esta dissertação à minha mãe, minha avó Izilda, meu avô Ivo Pinheiro por tudo que fizeram por mim, e à minha filha Marina, que em todos os momentos esteve ao meu lado, e me transmitiu toda força que eu precisei.

AGRADECIMENTOS

Expressar o que eu sinto em mais um momento importante como este na minha vida é muito gratificante, sentir esta etapa da minha formação concluída é radiante, sem dúvida, foi o maior desafio da minha trajetória acadêmica.

Dante de tantos acontecimentos e dos momentos de dificuldades, busquei sabedoria e determinação, pude contar com Deus, família Pinheiro e amigos. Por isso, agradecer é ainda melhor, pois esse sentimento de reconhecimento sempre me acompanhou e neste trabalho pude contar com pessoas que foram muito importantes para que eu chegasse até aqui.

Agradeço primeiramente a Deus por ter me mantido forte, sábia, no caminho certo e com saúde para chegar até o fim. Em todos os momentos de aflição, foi meu guia, minha calmaria, minha companhia. Senhor, te dedico mais está conquista, não sou nada sem tua presença na minha vida.

Agradeço ao meu avô Ivo Pinheiro, se hoje estou aqui, nesta fase da minha vida, devo tudo a ele.

À minha avó Izilda Pinheiro, por ser minha guia, pelas palavras de força e amor, por sempre ter acreditado em mim.

À minha mãe Maria José, por toda preocupação e cuidado, por não ter desistido mesmo com todas as dificuldades que surgiram. Sempre deu o seu melhor e fez o que pôde para que eu pudesse estudar, nos momentos mais difíceis ela esteve comigo.

À minha filha Marina Pinheiro, minha inspiração, meu ar, minha vida, tudo o que tenho de mais precioso. Obrigada minha Marininha, pelo teu olhar e carinho que me acalmou nos momentos de estudo e trabalho.

Ao meu esposo Daniel Miranda, por acreditar em mim, por estar ao meu lado neste momento e por ter me ajudado em todas as fases deste trabalho. Amo você e nossa família.

Aos meus sogros, Rui Miranda e Josy Miranda, que sempre estiveram ao meu lado, incentivando e apoiando.

Ao meu pai Francisco Castro, que mesmo distante, se faz presente com mensagens de carinho.

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural e Gestão de Empreendimentos Agroalimentares do Instituto Federal de Educação e Ciência e Tecnologia do Pará, aos colegas de turma. Em especial ao meu orientador, professor Adebaro Reis, pelas orientações neste trabalho, muito obrigada por ter me incentivado a seguir no caminho da pós-graduação.

A todos da Cooperativa CASP, por terem me recebido bem, pelo apoio, contribuições e parceria durante a execução do projeto. Sou grata por essa cooperação que foi criada para que pudéssemos chegar ao resultado desejado.

RESUMO

Websites institucionais tornaram-se indispensáveis para empreendimentos criarem um canal de contato e relacionamento com seus consumidores e clientes, são ferramentas que possibilitam a apresentação de seus produtos, serviços e diferenciais. Na era digital em que vivemos, onde a internet tem grande influência na vida das pessoas quanto consumidores de informação, é essencial que essas organizações se estabeleçam no mundo digital de forma inteligente e com meios digitais que contribuem para o seu desenvolvimento. Também é possível perceber que os empreendimentos estão buscando cada vez mais essas ferramentas web para criarem esse vínculo com seu público, porém são websites que não são devidamente atualizados e não possibilitam um canal de informação e comercialização de produtos e serviços eficazes, dificultando essa presença digital de forma duradoura e forte no mercado. Diante desta situação, este trabalho propõe desenvolver uma ferramenta computacional que terá o objetivo de divulgar as informações e criar um canal de comercialização dos produtos da Cooperativa Agropecuária do Salgado Paraense - CASP. Atualmente, a CASP não possui um website dinâmico, atual e que estabeleça estratégias de vendas, que possibilite o empreendimento ter conteúdo atrativo e relevante no mercado que atua. A pesquisa apresentou um enfoque qualitativo, com procedimentos constituídos de pesquisa bibliográfica e pesquisa ação. Com intuito de atingir a finalidade do trabalho, foi necessário compreender os impactos do avanço da internet, concepção e importância dos websites e do cooperativismo digital como instrumento competitivo para as cooperativas. Através da pesquisa ação, foi possível conhecer a história da cooperativa CASP e sua realidade tecnológica, o que possibilitou a coleta de dados históricos e organizacionais, assim como a compreensão da sua estratégia de negócio e o que a cooperativa almejava para o seu desenvolvimento no ambiente digital. O resultado desta pesquisa é apresentado na publicação do website com todas informações referentes ao desenvolvimento da ferramenta. Dessa forma, o trabalho possibilitou contribuir através da implantação da website, com a melhoria do processo de gestão das informações da Casp – Cooperativa Agropecuária do Salgado Paraense, e com a estratégia de comercialização dos seus produtos, visando a sua sustentabilidade no meio rural da Amazônia Paraense.

Palavras – Chave: Tecnologia da informação. Cooperativismo. Gestão. Websites.

ABSTRACT

Procedural institutional websites are indispensable for enterprises to create a contact and relationship channel with their consumers and customers, they are tools that enable the presentation of their products, services and differentials. In the digital age we live in, where the internet has a great influence on the lives of people who consume information, it is essential that these organizations establish themselves in the digital world in an intelligent way and with digital means that contribute to its development. It is also possible to notice that enterprises are increasingly looking for web tools to create this link with their audience, but these are sites that are not properly published and are not published an effective information and marketing channel for products and services, making this digital presence difficult lasting and strong in the market. In view of this situation, this work intends to develop a computational tool that will have the objective of disseminating information and creating a commercialization channel for the products of the Cooperative Agropecuária do Salgado Paraense - ASP. Currently, CASP does not have a dynamic, up-to-date website that establishes a sales strategy that allows the enterprise to have attractive and relevant content in the market it operates. The research presented a qualitative approach, with procedures consisting of bibliographic research and action research. In order to achieve the work, it was necessary to understand the impacts of the advancement of the internet, design and importance of websites and digital cooperativism as a competitive instrument for cooperatives. Through action research, it was possible to know the history of the CASP cooperative and its technological reality, which enabled the collection of historical and organizational data, as well as the understanding of its business strategy and what a cooperative aimed for its development in the environment. digital. The result of this research is presented in the website publication with all the information regarding the development of the tool. Thus, the work made it possible to contribute through the implementation of the website, with an improvement in the information management process of Casp - Cooperativa Agropecuária do Salgado Paraense, and with the marketing strategy of its products, simplifying its sustainability in rural areas of the Amazon Paraense.

Keywords: Information technology. Cooperativism. Management; Websites.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Estatísticas mundiais de uso e população da internet 2021 estimativas do primeiro semestre.....	25
Quadro 2: Classificação da cadeia produtiva de origem vegetal.....	56
Quadro 3: Características do Wordpress e Joomla.....	70
Quadro 4: Itens da página principal.....	79
Quadro 5: Resumo das informações dos menus do website.....	81

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Mapa de Localização dos municípios que compõem o quadro social da CASP.....	17
Figura 2: Modelo das dimensões do uso de tecnologia de informação e em benefício dos negócios.....	21
Figura 3: Usuário Web - Solicitação e resposta para uma página web.....	31
Figura 4: Mapa Estratégico OCB 2021 - 2023.....	47
Figura 5: Mapa estratégico SESCOOP 2021 - 2023.....	48
Figura 6: Ramos Cooperativistas.....	49
Figura 7: Distribuição das Cooperativas por Ramo.....	52
Figura 8: Localização do município de Vigia.....	53
Figura 9: Cooperativa Casp.....	55
Figura 10: Reunião com os cooperados.....	66
Figura 11: Entrevista com o Sr. Antonio Alcoforado, Presidente da Cooperativa.....	66
Figura 12: Reunião para implantação do website.....	66
Figura 13: Fluxo de trabalho para desenvolvimento do website	71
Figura 14: Paleta de cores.....	72
Figura 15: Tamplate Astra usado para o layout do website.....	74
Figura 16: Tela de Login Wordpress.....	75
Figura 17: Tela principal do painel de controle da aplicação.....	78
Figura 18: Home do antigo website da cooperativa.....	79
Figura 19: Página principal do site.....	80
Figura 20: Menu Principal.....	81
Figura 21: Página principal do site.....	83
Figura 22: Página de laticínios.....	83

Figura 23: Página do pedido - lista de produtos.....	84
Figura 24: Quantidade de produtos no pedido.....	85
Figura 25: Informações do contato no pedido.....	85
Figura 26: Forma do pedido.....	86
Figura 27: Endereço do Pedido.....	86
Figura 28: Horário de entrega do pedido.....	87
Figura 29: Formas de pagamento do pedido.....	88
Figura 30: Finalização do pedido.....	88
Figura 31: Envio do pedido.....	89
Figura 32: Pedido confirmado.....	89
Figura 33: Informações do pedido no e-mail da cooperativa.....	90
Figura 34: Informações do pedido no e-mail do cliente.....	90
Figura 35: Formulário de Pedido para cotação de hortifruti.....	91

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ARPA - Advanced Research Projects Agency

ARPANET - Advanced Research Projects Agency Network

ACI – Aliança Cooperativa Internacional

ADEPARÁ - Agência de Defesa Agropecuária do Estado do Pará

BCA - Banco de Credito da Amazônia

CASP - Cooperativa Agropecuária do Salgado Paraense

CECRESPA - Central das Cooperativas de Economia e Crédito Mútuo do Estado do Pará Ltda

CERN - Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire

CEPLAC - Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira

CMS - Content Management System

EMATER - Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Pará

EMBRAPA - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

EETEPA - Escolas de Ensino Técnico do Estado do Pará

HTTP - Hyper Text Transfer Protocol

HTML - Hyper Text Markup Language

IFPA – Instituto Federal do Pará

INCRA - Instituto Nacional da Colonização e Reforma Agrária

IP - Internet Protocol

MIT - *Massachusetts Institute University*

NSFNet - National Science Foundation Network

OCB - Organização das Cooperativas do Brasil

PHP - Hypertext Preprocessor

RNP - Rede Nacional de Pesquisas

SEO - Search Engine Optimization

SESCOOP - Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo

SGBD – Sistema Gerenciador de Banco de Dados

TIC - Tecnologias e Informação e Comunicação

TI - Tecnologia da Informação

UFPA – Universidade Federal do Pará

UFRA – Universidade Rural da Amazônia

URL - Uniform Resource Locator

WWW - World Wide Web

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	15
1.1	Objetivo Geral:	18
2	REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	18
2.1	Tecnologia Da Informação	18
2.2	Importância Das Tecnologias Sobre A Gestão Das Organizações	19
2.3	Origem Da Internet	22
2.3.1	Evolução da internet	24
2.4	Tecnologias Web	26
2.4.1	Plataforma Web	26
2.4.2	Plataforma Nativa	28
2.4.3	Concepção e importância de um website	28
2.5	CMS (Content Management System) Para Construção De Sites.....	31
2.6	Banco De Dados	35
2.7	Cooperativismo	36
2.7.1	Breve Histórico sobre o surgimento do Cooperativismo	37
2.7.2	Aliança Cooperativa Internacional – ACI	42
2.7.3	Princípios Cooperativistas	43
2.7.4	Cooperativismo no Brasil	45
2.7.5	Tipos de Cooperativas	48
2.7.6	Cooperativismo no Pará.....	49
2.8	O Município De Vigia	52
2.9	Breve Histórico Da Cooperativa CASP.....	54
2.9.1	Cadeias Produtivas	56
2.9.2	Parcerias Institucionais	57
3	GESTÃO DAS COOPERATIVAS	57
3.1	A era da tecnologia, informação e conhecimento na gestão das cooperativas	60
3.2	Cooperativismo Digital: um diferencial competitivo.....	61
4	METODOLOGIA	63
4.1	Delineamento da Pesquisa	64
4.2	Técnicas de Pesquisa e levantamento de dados.....	65
4.2.1	Entrevistas	65
4.2.2	Etapas de planejamento e desenvolvimento do Website	67
4.2.2.1	Visão Geral	67
4.2.2.2	Levantamento das necessidades da cooperativa.....	68
4.2.2.3	Escolha do Domínio	69
4.2.2.4	Escolha da tecnologia CMS	69
4.2.2.5	Desenvolvimento da ferramenta web/website	71

4.2.2.6	Implementação	74
4.2.2.7	Publicação	75
4.2.2.8	Atualização.....	76
4.3	Análise dos Dados	76
5	RESULTADOS.....	76
5.1	Adequação e escolha da Hospedagem	77
5.2	Ambiente de desenvolvimento e configurações do website.....	77
5.3	Recursos do Website	78
5.3.1	Página Principal.....	78
5.3.2	Menu	80
5.3.2.1	Pedido Online Laticínios – funcionalidade	81
5.3.2.2	Acesso ao pedido online	82
5.3.2.3	Formulário de pedido hortifruti.....	91
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	92
7	TRABALHOS FUTUROS	93
8	SOCIALIZAÇÃO DA PESQUISA	94
9	REFERÊNCIAS	94
	APÊNDICE.....	105

1. INTRODUÇÃO

O cooperativismo tem contribuído para avançar no novo paradigma de desenvolvimento baseado na sustentabilidade, economia, social e ambiental centrada nas experiências das cooperativas, por meio da redução das desigualdades, produzindo e prestando serviços valorizando sempre a inclusão econômica e social e contribuem com a distribuição de renda na sua área de atuação, seja no território, cidade, comunidade ou beneficiando a economia local.

As cooperativas apontam para a organização do trabalho coletivo, gerando competitividade, inovação e impactos econômicos, sociais e ambientais nos territórios nas quais as cooperativas estão inseridas. No entanto, as cooperativas apresentam inúmeras dificuldades de gestão no que tange o armazenamento de informações sem controle e que geralmente são organizadas de maneira lenta e desordenada, muitas vezes não usam a tecnologia como inovação e a internet como aliada para divulgar seus produtos e serviços e aumentar a competitividade no mercado.

Atualmente, verifica-se que grande parte das cooperativas não desenvolvem nenhum planejamento estratégico ou monitoramento ambiental sobre os mercados em que atuam e o uso da TI é direcionado apenas a aplicações voltadas às operações internas (ALBANO, 2001). Esse tipo de uso também é necessário, mas é importante que a visão das possibilidades de utilização destas tecnologias seja ampliada e contemple o novo universo que mudará as relações de competitividade em todos os segmentos da economia.

Para alcançar esse padrão de desenvolvimento, é preciso reconhecer que o modelo cooperativista pode ser incentivado por novas práticas, mais colaborativas, nos aspectos referentes aos recursos que a TI tem a oferecer e aproveitando suas ferramentas.

No ambiente que vivemos em constantes mudanças, intensa comunicação e troca de informações on-line, isso gera a necessidade das organizações manterem uma atualização permanente em seus sistemas de informação para que possam acompanhar a velocidade dessas mudanças ambientais, assim como a capacidade de inovar e transformar dados em informação útil, impulsionando o crescimento organizacional, inovação, competitividade e comercialização dos produtos e serviços.

Se faz necessário ressaltar que durante as aulas do mestrado, pude aprofundar o conhecimento sobre cooperativismo, o que provocou a vontade de saber mais sobre esse sistema de colaboração e principalmente sobre as características e realidade das cooperativas quando se trata de utilização de tecnologias em seus processos.

Na relação de gestão e tecnologia das cooperativas ainda são poucos os estudos e

pesquisas aprofundadas que possam mostrar as experiências concretas, suas estruturas e processos de gestão automatizados, a fim de subsidiar processos de melhoria nas tomadas de decisões e nas suas capacidades técnicas e habilidades para a geração de informações integradas.

Algumas organizações ainda estão com acesso à tecnologia limitado e sem investimento em inovação, consequentemente elas sentem o impacto pois não conseguem acompanhar as mudanças do mercado em que atuam. Dessa forma, o uso da tecnologia da informação, no setor cooperativista, é considerado fundamental e deve ser planejado e aplicado de acordo com as estratégias da organização, para que sua utilização possa agregar valor competitivo aos demais processos.

De acordo com Prates e Ospina (2004), para as funções da administração, tais como planejamento, organização, liderança e controle, os sistemas que fornecem informações aos administradores são de suma importância. Para Stoner (1999), apenas munido de informações precisas, disponibilizadas no momento certo, os administradores podem transformar os planos em realidade e monitorar o progresso das ações na direção de seus objetivos.

A utilização de tecnologia nos processos, seja na gestão da própria cooperativa quanto na transferência de conhecimento e comunicação com os cooperados também é necessária, dessa forma a tecnologia inserida nesses processos torna-se importante na tomada de decisões envolvendo menos riscos e impulsiona seus resultados na busca pela eficiência e permanência no mercado que atuam. A integração existente entre cooperativa/cooperado pode diminuir os impactos no processo de adoção de uma nova tecnologia e o conhecimento da realidade do cooperado pode viabilizar a adequação da TI ao setor cooperativista (SILVA, 2003).

A busca de possibilidades de aplicações da TI de forma estratégica deve ser feita orientando-se todo o processo de pesquisa para questões desta natureza, pois somente assim o uso da informática ajudará a empresa a melhorar sua competitividade.

Beltrame e Maçada (2009): “A TI não é somente uma ferramenta para automatizar os processos existentes, mas também um facilitador de mudanças organizacionais que podem levar a ganhos adicionais de produtividade”.

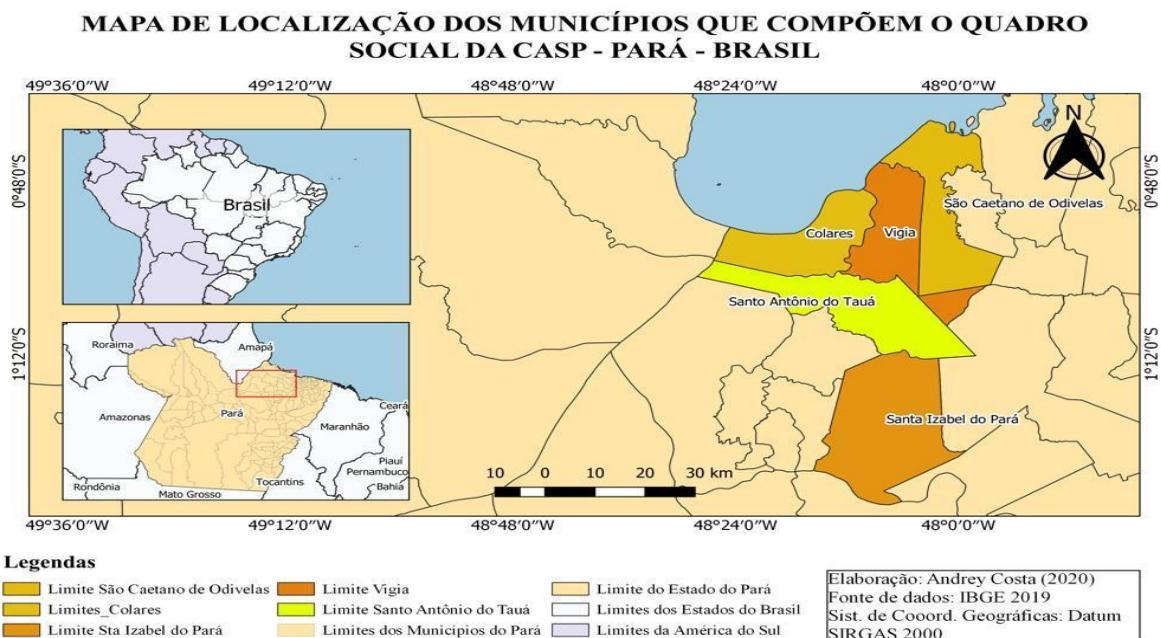
Segundo Torres (1995), a TI pode: melhorar significativamente alguma coisa que já é feita; mudar drasticamente a forma pela qual alguma coisa é feita; satisfazer uma necessidade reconhecida e criar a possibilidade de uma nova necessidade.

Portanto, surge através desta pesquisa, o entusiasmo para conhecer como ocorre a utilização das tecnologias da internet na cooperativa CASP e o desenvolvimento de uma ferramenta web, que possa promover suporte a vantagem competitiva, nas decisões e aos

processos organizacionais, no alcance da missão, alcance dos mercados e consequentemente aumentar a comercialização dos seus produtos.

A Cooperativa Agropecuária do Salgado Paraense – CASP, fica localizada na rodovia PA- 140, km 36, no município de Vigia, com aproximadamente 75 km distante de Belém, foi constituída em Outubro/2009, atualmente formada por 110 agricultores familiares, distribuídos em quatro cadeias produtivas distintas, são elas: leite, derivados de mandioca, fruticultura e olericultura. Cuja produção era anteriormente para subsistência e atualmente, abastece as feiras locais e a região metropolitana de Belém.

Figura 1: Mapa de Localização dos municípios que compõem o quadro social da CASP.



Fonte: Elaborado por Andrey Costa

Desde sua fundação, a cooperativa tem o objetivo de utilizar estratégias de gestão e comunicação para se conectarem com consumidores, promover o aumento da competitividade, melhores oportunidades de vendas, refletindo em melhorias da qualidade de vida dos cooperados, assim como o desenvolvimento rural sustentável da cooperativa. Promover, dentro de um mercado com alta concorrência, formas de somar a capacidade dos seus associados para preservar a força econômica. Além disso, visam estreitar a comunicação da cadeia produtiva com o mercado, tanto para a comercialização de seus produtos como para a perceber a necessidade dos consumidores.

No entanto, existia na cooperativa apenas um website com funcionalidades básicas e informações desatualizadas, imagens sem resolução adequada e pouco dinâmico, sem

integração com outras redes sociais e sem seção de vendas online, além de marketing e gestão de conteúdo e otimização limitados.

Neste sentido, a dissertação desenvolvida, busca promover impacto positivo no mercado em que a Cooperativa Agropecuária do Salgado Paraense atua, por meio, da análise do processo organizacional social, de produção e comercialização da cooperativa, objetivando o desenvolvimento de uma ferramenta web, neste caso, um novo website institucional. Desta forma, fazemos os seguintes questionamentos: Qual contribuição esta ferramenta web proporcionará no processo de gestão e comercialização da cooperativa? Como este website pode promover o aumento da competitividade da cooperativa e comunicação com os clientes?

1.1 Objetivo Geral:

Desenvolver um website institucional capaz de atender as necessidades de processamento das informações da cooperativa Casp – Cooperativa Agropecuária do Salgado Paraense, como uma ferramenta de melhoria do processo de gestão das informações e como estratégia de comercialização dos produtos, capaz de conciliar a visão de mercado e comunicação com seus clientes, além de contribuir para sustentabilidade da cooperativa no meio rural da Amazônia paraense.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 Tecnologia Da Informação

O conceito de Tecnologia da Informação pode variar conforme o seu desenvolvimento ou sua abordagem. Podemos encontrar em Alter (1996, p. 2): “TI é o conjunto de hardware e softwares que possibilitam o funcionamento dos sistemas de informações”.

A Tecnologia da Informação (TI) pode ser definida como o conjunto de todas as atividades e soluções providas por recursos computacionais que visam permitir a obtenção, o armazenamento, o acesso, o gerenciamento e o uso das informações (ALECRIM, 2013, p.02).

Tecnologia da Informação (TI) pode ser conceituada de um modo geral como uma coleção de recursos de informação de uma organização, seus usuários e a gerência que os supervisionam, incluindo a infraestrutura de TI e todos os outros sistemas de informação de uma organização (POTTER et al., 2005, p. 40).

Segundo Davenport (1996, p. 43), “desde que ingressaram no ambiente empresarial na

década de 1950, os computadores ligaram-se estreitamente à maneira pela qual o trabalho é realizado. Poderíamos até mesmo dizer que a TI começou a modificar radicalmente o trabalho, sua localização, rapidez, qualidade e outras características chaves. Pelo exposto, percebe-se claramente que o termo “tecnologia de informação” está intimamente ligado à utilização dos computadores. Entre autores que sustentam esta afirmação, Zuboff (1994, p. 81), “a TI, baseada nos computadores, está proporcionando uma nova infra-estrutura para várias atividades produtivas e comunicacionais, para atividades vitais das organizações”.

No começo de sua utilização a TI era vista apenas como uma ferramenta de redução de custos e agilizadora do processo de troca de informações. Assim, durante anos e até décadas, diversos autores estudaram essa tecnologia apenas sob estes aspectos.

No final da década de 70, mudanças com relação às potencialidades e importância das tecnologias de informação iniciaram-se, tais tecnologias passaram a ser tratadas como um recurso organizacional estratégico. Até o início da década de 80, estava caracterizada *a era do processamento de dados ou era do computador*, quando os recursos da informática eram considerados instrumentos de apoio aos negócios.

Ao final dos anos 80, essa tecnologia assumiu um papel mais integrador, quando a execução dos negócios passou a depender cada vez mais da sua aplicação. Estava caracterizada *a era da informação*. Com este novo cenário, no início dos anos 90, as tecnologias de informação assumem um caráter mais estratégico, ao proporcionarem a transformação dos negócios.

Conforme Meirelles (*apud* OLIVEIRA, 1999a), podemos acrescentar uma terceira era para caracterizar a utilização desta tecnologia – a era do conhecimento – quando a informação passa a ser encarada como um ativo das organizações, e a sua disseminação e disponibilização tornam-se um diferencial fundamental nos mercados. Deste modo, a TI torna-se estratégica para as empresas, surgindo inúmeras aplicações em planejamento, marketing, recursos humanos, automação de escritórios, bancos e indústrias.

2.2 Importância Das Tecnologias Sobre A Gestão Das Organizações

Durante milhares de anos as vantagens competitivas das organizações e até mesmo das nações, resumiam-se à disponibilidade de fatores físicos, tais como mão-de-obra, matéria-prima e capital, porém, a partir da Revolução Industrial, com o advento dos componentes tecnológicos a competitividade surgiu e trouxe grandes mudanças. As novas tecnologias, ao disseminarem-se pela sociedade, possibilitam a criação de novos desejos, necessidades e oportunidades nos

indivíduos. A atividade das organizações não poderia estar à margem deste processo pois também vem sendo afetada por esta evolução.

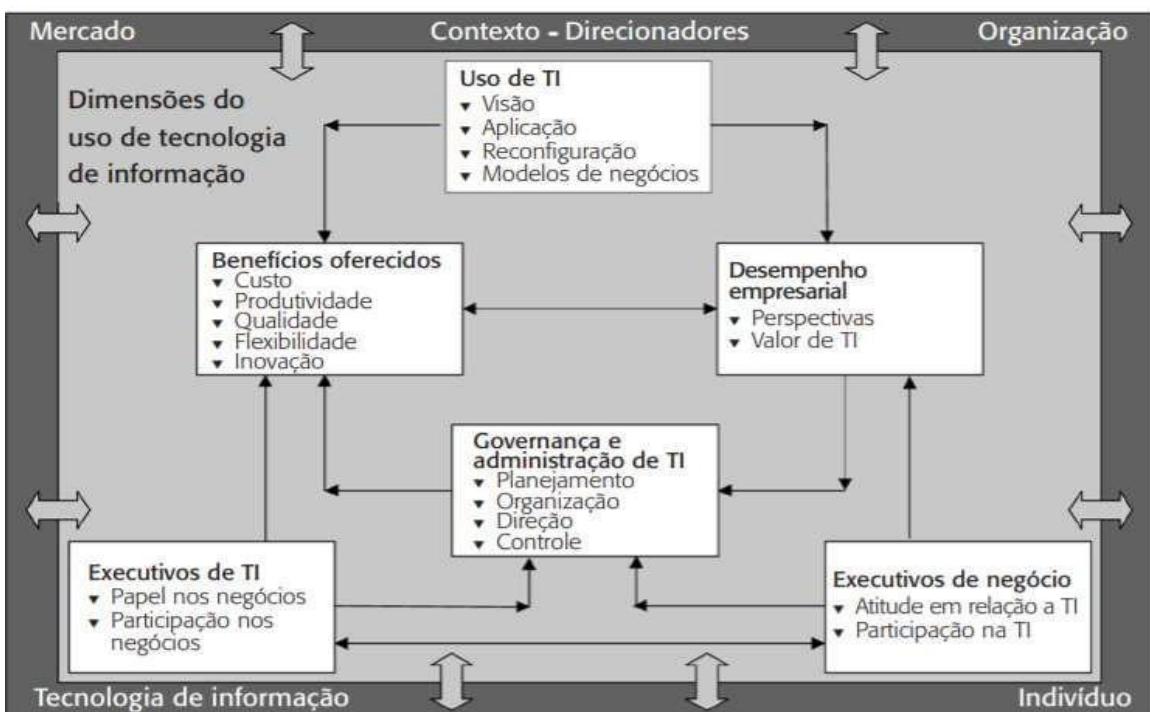
A tecnologia vem se apresentando importante para as organizações, mas o simples uso dela, não pode ser considerado como grande aliada, pois ela está disponível também para todos os concorrentes, por isso é necessário criar formas diferenciadas de utilizá-las para que se torne efetivamente uma estratégia competitiva e inovadora.

Rezende e Abreu (2000), afirmam que a vinda da tecnologia da informação no meio organizacional contribuiu com as tarefas e as necessidades mecânicas e manuais existentes, dentro do âmbito organizacional. Por consequência, nota-se a ligação indispensável de TI e organizações, não podendo ser negado a necessidade de vínculo do setor de TI com as empresas, que decorre pelo fato deste setor ter um papel fundamental e estratégico na gestão dos negócios das mesmas, por meio de soluções capazes de automatizar processos, garantir vantagens competitivas e melhorar o desempenho da empresa.

A TI está possibilitando mudanças fundamentais na forma como o trabalho se processa. As atividades mais suscetíveis às alterações, segundo Oliveira (1996), são aquelas intensivas em informação, podendo-se distinguir três grupos. Um primeiro grupo refere-se à produção: física (crescentemente atingida pela robótica e instrumentação de controle); a produção de informação (influenciada pelos computadores em tarefas burocráticas, como contas a receber, contas a pagar, faturamento, e outros) e a produção de conhecimento (CAD, CAM, análise de crédito e risco, produção de software, etc). O segundo grupo refere-se aos trabalhos de coordenação, sendo as telecomunicações o instrumento fundamental da mudança que afeta a distância física, a natureza do tempo sobre o trabalho, que armazena informações e mais a memória organizacional mantida por banco de dados. Finalmente, o terceiro grupo refere-se à gestão: afeta tanto a direção, que permite monitorar o ambiente e tomar as decisões para adaptar a organização ao ambiente, como o controle que mede a performance e compara com os planos para se manter no rumo desejado.

De acordo com Albertin (2009), a tecnologia de informação (TI) é um dos componentes mais importantes do ambiente empresarial atual, e seu uso tem sido considerado importante para as organizações brasileiras, tanto em nível estratégico como operacional.

Figura 2 - Modelo das dimensões do uso de tecnologia de informação e em benefício dos negócios.



Fonte: Albertin e Albertin (2009, 2008a, 2008b).

As organizações dependem de certos requisitos para garantir seu sucesso (SLACK, CHAMBERS e JOHNSTON, 2000; TARDUGNO, DIPASQUALE e MATTHEWS, 2000; BASCHAB e PIOT, 2003), que podem ser alcançados com a utilização de TI. O uso de TI oferece benefícios para os negócios que incluem custo, produtividade, qualidade, flexibilidade e inovação, e cada uso tem uma composição própria desses benefícios. O desafio das organizações é determinar o mais precisamente possível quais os realmente ofertados e desejados, pois tal identificação será a base para a confirmação desses benefícios no desempenho.

Esse desempenho certamente tem sido afetado pelo uso de TI, porém a maneira que isso ocorre depende da perspectiva usada na relação entre a organização e a TI, que pode ser desde a consideração de TI como simples decorrência das diretrizes organizacionais, até a TI como facilitadora e fornecedora de inovações de negócio. Tais perspectivas determinam o valor que é dado e que se espera do uso de TI (Venkatraman, 1989; Murphy, 2002).

A TI deve ser presente como um fator potencializador, segundo (ALBERTIN; ALBERTIN, 2008, p.279) os benefícios oferecidos e as reconfigurações de negócio induzidas por TI certamente devem se refletir em benefícios efetivos para o negócio, que incluem a

redução de custo obtida, por exemplo, pela integração interna de processos e áreas; o aumento da produtividade conseguido pela automação localizada de processos; a melhoria da qualidade e resultado da utilização de tecnologia nos próprios produtos e serviços ou mesmo nos processos para garantir a sua efetividade; o aumento da flexibilidade obtido pela base tecnológica que permite o crescimento do volume de negócios sem um crescimento proporcional de custos operacionais ou mesmo de forma rápida; e a inovação conseguida com novas práticas e processos possíveis por meio da utilização intensa de TI.

A informação tecnológica é parte integrante de todos os processos da organização, desenho do produto, entrega dos serviços e relações inter-organizacionais (BENAMATI e LEDERER, 1998a). Segundo Albertin (1996), tal situação exige que as organizações busquem novas formas de se diferenciar com a utilização desses recursos vindos da tecnologia da informação. A sociedade da informação está determinando um profundo impacto nos negócios e na competição.

Segundo Tapscott e Caston (1995), a TI surge como ferramenta indispensável para inserir a organização neste novo contexto. À medida em que a importância da TI aumenta, como recurso de apoio à atividade nuclear da empresa, vai se tornando estratégica. É preciso salientar que os sistemas de informação devem ser compatíveis às especificidades da organização. Nos últimos anos, a TI e os sistemas baseados nos computadores não podem simplesmente ser vistos como meios de realizar as operações de forma mais eficiente, mas como ferramentas que possibilitam à organização realizar inovações e desenvolver novas estratégias (GALIERS e BAETS, 1998).

A busca de possibilidades de aplicações da TI de forma estratégica deve ser feita observando todo o processo das organizações, pois assim o seu uso ajudará a melhorar sua competitividade. Os benefícios devem ser definidos e medidos normalmente pelos solicitantes e usuários de tecnologia implantada, ressaltando-se que devem ser benefícios para os negócios e aproveitados nos negócios.

2.3 Origem Da Internet

Segundo Giles (2010), a Internet emergiu no contexto da Guerra Fria na década de 1960, a partir de um projeto do exército norte-americano. De acordo com Castels (2003), o Departamento de Defesa dos Estados Unidos mobilizou recursos de pesquisa e envolveu alguns centros universitários de computação para criar a *Advanced Research Projects Agency* (ARPA) em 1958. A *Arpanet* foi criada por este departamento através de um programa chamado

Information Processing Techniques Office, em 1962. Seu objetivo, conforme estabeleceria Joseph Licklider, um cientista da computação do *Massachusetts Institute University* (MIT), era estimular a pesquisa em computação interativa.

Os dois principais propósitos eram: criar um sistema de informação e comunicação em rede, que sobrevivesse a um ataque nuclear e dinamizar a troca de informações entre os centros de produção científica. Os militares pensaram que um único centro de computação centralizando toda informação era mais vulnerável a um ataque nuclear do que vários pontos conectados em rede, pois assim a informação estaria espalhada por inúmeros centros computacionais pelo país. O embrião da Internet que conhecemos hoje foi então criado e seu nome era Arpanet (Advanced Research Projects Agency Network), que é a antecessora da internet. A mais importante inovação da Arpanet foi a adopção de um meio de transmitir dados em longas distâncias de uma forma que não exigia conexões dedicadas entre cada ponto de rede, viabilizando que vários utilizadores partilhassem um canal de transmissão de dados em alta velocidade (Lemos, 1998).

De acordo com Castells (2003), no ano de 1969, os primeiros centros de pesquisa a se conectararem pela Arpanet foram os da Universidade da Califórnia, em Los Angeles, da Universidade da Califórnia de Santa Bárbara e da Universidade de Utah. Mas logo estes centros se multiplicaram chegando a 15 nós de conexão em 1971. A implementação deste sistema se deu por uma empresa privada chamada *Bolt, Beraneck and Newman* formada por professores do MIT, o que já demonstrava as oportunidades de negócio oferecidas aos detentores deste conhecimento altamente especializado.

Na prática, o que os pesquisadores inventaram foi um conjunto de tecnologias muito simples, porém bastante confiáveis voltadas para a interligação de computadores em condições precárias de comunicação. Esse conjunto de tecnologias recebeu o nome de Internet (RNP,1997).

Se o primeiro grande salto para a evolução da internet foi a abertura da rede às Universidades a nível mundial, o segundo motor da sua expansão resultou do interesse dos seus serviços por parte de muitas organizações comerciais, que viram neste novo meio de comunicação um amplo mercado a explorar. O caminho ficou aberto para que a internet se transformasse no sucesso que é hoje (ALMEIDA, 2005).

Segundo Miranda e Farias (2009), hoje a internet sistema de informação global formado por uma rede mundial de computadores interconectados (Federal Networking Council, 1995) é o maior repositório de informações a qualquer pessoa que acesse em qualquer parte do mundo.

Sua contribuição é gigantesca, está presente na rotina das pessoas, contribuiu para ciência,

empresas, busca de conhecimento e comunicação através da forma de aquisição dessas informações.

Para Baldessar (2005), ela tomou proporções mundiais e passou a ser usada por milhões de pessoas, sendo revolucionária. A eletricidade – 1873 –, por exemplo, atingiu cinquenta milhões de usuários depois de 46 anos de existência; o telefone – 1876 – levou 35 anos para atingir a mesma marca; o automóvel – 1886 –, 55 anos; e a televisão – 1926 –, 26 anos. Por sua vez, a internet – 1995 – levou apenas quatro anos para atingir cinquenta milhões de usuários no mundo.

É inegável que o advento da internet e do computador trouxe facilidades para o dia a dia das pessoas. Destacam-se o correio electrónico e a World Wide Web, como um dos serviços da internet. Em 1991, Tim Berners-Lee do CERN (Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire) criou o protocolo HTTP (Hyper Text Transfer Protocol) bem como a linguagem HTML (Hyper Text Markup Language) que permite navegar com a ajuda de ligações hipertextuais, através de redes, criando desta forma a World Wide Web (WWW). Tecnicamente, um hipertexto é uma rede composta de nós ligados por conexões, tem uma interface interativa, representada por uma rede semântica que utiliza uma base de dados.

O seu objectivo era a criação de uma rede global que fosse prática, rápida e económica e na qual fosse possível aceder a informações independentemente da sua origem (Kennedy, 1997; Leonardi, 2001; CERN, 2002).

2.3.1 Evolução da internet

A internet está a mudar o mundo em que vivemos. Esta mudança não é menos importante do que a revolução industrial dos séculos XVIII e XIX. Nas últimas duas décadas, as tecnologias da informação e a internet transformaram o modo como as empresas funcionam, os estudantes estudam, os cientistas realizam trabalhos de investigação e as administrações públicas fornecem serviços aos cidadãos (Comissão Europeia, 2003: 3).

Uma curiosidade dos primeiros anos da Internet era a confecção de mapas da rede, com suas centenas de pontos de acesso, permitindo que os usuários pudessem acompanhar seu crescimento e identificar os endereços IP dos seus principais colaboradores. Desse modo, era possível saber qual o endereço eletrônico do servidor que se desejava acessar. Quando a ARPANET passou a operar sobre o TCP/IP, em 1983, possuía uma centena de nodos, quase todos nos EUA. Quando foi aposentada, em 1990, para incorporar-se à Internet, seu principal backbone, a espinha dorsal de comunicação de longa distância e alta velocidade da rede, a

NSFNet, já possuía cerca de cinco mil redes ligadas a si. Quando, em 1994, os backbones são privatizados pelo governo norte-americano, já é impossível mapear a rede, que se espalhara por todo o mundo e contava com centenas de milhares de servidores. Sua expansão foi explosiva (Lins, 2013).

Em 1989, a Internet brasileira começa a ser implantada como uma infraestrutura de comunicação para fins acadêmicos. O backbone da rede, que recebeu o nome de Rede Nacional de Pesquisas – RNP, foi complementado com redes estaduais, custeadas com recursos das fundações estaduais de amparo à pesquisa. A rede cresceu rapidamente. Em 1996, já contava com 7.500 domínios. Em 2000, com 170 mil. Em 2006, um milhão. Em 2014, três milhões e meio (Lins, 2013).

Segundo estimativas de COFFMAN e ODLYZKO (2002: 50), o tráfego de dados na Internet era de cerca de 1TB por mês em 1990, 2 TB por mês em 1991, saltando para 16 em 1994, 1.500 em 1996 e 35 mil em 2000. A WWW provocou um aumento exponencial do tráfego na internet, com taxas de crescimento de 300% nos primeiros anos (Coelho, 2007).

Hoje em dia, a internet se consolidou como uma das principais ferramentas de comunicação e informação à disposição das pessoas no mundo, é uma tecnologia, depois do celular, que registrou o mais rápido crescimento na história.

De acordo com a organização *Internet World Stats*, que monitora o desenvolvimento da Internet no mundo, essas estimativas de uso da Internet e estatísticas da população mundial são para 31 de março de 2021, referente ao uso e população da internet mundialmente. O crescimento do número de pessoas que acessam a rede é gigantesco, no quadro 1, podemos ver o número de pessoas que utilizam a internet.

Quadro 1: Estatísticas mundiais de uso e população da internet 2021 estimativas do primeiro semestre

ESTATÍSTICAS MUNDIAIS DE USO E POPULAÇÃO DA INTERNET 2021 Estimativas do primeiro trimestre						
Regiões do Mundo	População (2021 Est.)	População % do mundo	Usuários da Internet 31 de março de 2021	Taxa de penetração (% Pop.)	Crescimento 2000-2021	% Do mundo da Internet
<u>Ásia</u>	<u>4.327.333.821</u>	<u>54,9%</u>	<u>2.762.187.516</u>	<u>63,8%</u>	<u>2.316,5%</u>	<u>53,4%</u>
<u>Europa</u>	<u>835.817.920</u>	<u>10,6%</u>	<u>736.995.638</u>	<u>88,2%</u>	<u>601,3%</u>	<u>14,3%</u>
<u>África</u>	<u>1.373.486.514</u>	<u>17,4%</u>	<u>594.008.009</u>	<u>43,2%</u>	<u>13.058%</u>	<u>11,5%</u>
<u>América Latina / Carib.</u>	<u>659.743.522</u>	<u>8,4%</u>	<u>498.437.116</u>	<u>75,6%</u>	<u>2.658,5%</u>	<u>9,6%</u>
<u>América do Norte</u>	<u>370.322.393</u>	<u>4,7%</u>	<u>347.916.627</u>	<u>93,9%</u>	<u>221,9%</u>	<u>6,7%</u>
<u>Médio Oriente</u>	<u>265.587.661</u>	<u>3,4%</u>	<u>198.850.130</u>	<u>74,9%</u>	<u>5.953,6%</u>	<u>3,9%</u>
<u>Oceania / Austrália</u>	<u>43.473.756</u>	<u>0,6%</u>	<u>30.385.571</u>	<u>69,9%</u>	<u>298,7%</u>	<u>0,6%</u>
TOTAL DO MUNDO	7.875.765.587	100,0%	5.168.780.607	65,6%	1.331,9%	100,0%

Fonte: (Internet World stats, 2021 a)

A Internet é, ao mesmo tempo, uma capacidade de transmissão mundial, um mecanismo de disseminação de informações e um meio de colaboração e interação entre indivíduos e seus computadores, independentemente da localização geográfica (Leiner et al., 2003: s.d.).

2.4 Tecnologias Web

Nas últimas décadas, tem-se observado uma evolução nos meios de comunicação e no cenário competitivo das organizações, a informação torna-se um objeto de valor, devido ao surgimento das redes de computadores das tecnologias de transmissão de dados multimídia, e da internet, ocasionando em mudanças significativas no cenário de desenvolvimento de software. Com a popularização da tecnologia, a Internet passou a ser utilizada não só como meio de disseminação de informações, mas também como plataforma de comunicação e desenvolvimento, essas plataformas na área das tecnologias da informação são o local onde a aplicação é executada, de modo que os usuários possam acessar.

2.4.1 Plataforma Web

É preciso entender a importância da plataforma web para o desenvolvimento web, a web 2.0 teve como princípio a “web como plataforma” e foi difundido em 2004, a web contribuiu para desenvolvimento de projetos sem necessitar da instalação de softwares, na qual aproveitam os efeitos de rede para se tornarem melhores conforme são usados pelas pessoas, aproveitando-se da inteligência coletiva dos usuários e confiando nestes como co-desenvolvedores, processos corporativos mais abertos e transparentes, produtos e processos descentralizados e participativos.

A Web 2.0 é, desta forma, um ambiente de cooperação e participação: os participantes produzem e distribuem conteúdo com base em uma cultura de comunicação aberta, em que se reconhece a ampla liberdade de compartilhar e reutilizar conteúdo e onde, finalmente, não existem uma autoridade e um 158 controles centralizados, mas uma inteligência coletiva não controlada (ROCHA; PEREIRA, 2010, p. 73).

Tendo como base TIM O'REILLY[5] o termo web 2.0 consiste na mudança para uma Internet como plataforma abrangendo todos os dispositivos conectados.

A web 2.0 para Sobral (2017), tornou as soluções web mais robustas e mais atrativas para os utilizadores e programadores, pois permitiu que várias linguagens de programação

interagissem entre si. Patente a esta evolução está o dinamismo concedido aos Websites atuais deixando estes de ser estáticos e concedendo-lhes um design desenvolvido.

São características da web 2.0 as interfaces ricas e fáceis de utilizar, a facilidade de armazenamento de dados e a criação de páginas online, permitindo ainda o acesso de vários utilizadores à mesma página e a respectiva edição de informação. A utilização de plataformas web permite aos utilizadores o uso das aplicações web, desde que possuam acesso ao servidor HTTP, possibilitando-lhes assim uma grande portabilidade (Sobral, 2017).

Se na primeira geração de sites, ou Web 1.0, os sites eram trabalhados como unidades isoladas, passa-se agora para uma estrutura integrada de funcionalidades e conteúdo (Primo, 2007). Assim, pode ser ressaltado 5 princípios fundamentais dentro da Web 2.0, que são: simplicidade, foco no conteúdo, colaboração, compartilhamento e por fim Web como plataforma (Brandt, 2006).

Os usuários finais obtiveram benefícios depois que a Web 2.0 entrou em cena. Os usuários agora podiam escrever os dados e lê-los a qualquer momento. As pessoas perceberam que uma estrutura que pode lidar com apenas um milhão de usuários tinha uma restrição séria, mas a Web 2.0 poderia lidar com bilhões de usuários simultaneamente. A Web 2.0 também introduziu streaming de vídeo e jogos online, e tudo começou a ficar disponível online. Os sites começaram a se tornar interativos e mais vivos, e as lojas online começaram a governar a economia mundial. Você poderia dizer que foi uma verdadeira revolução, e de fato a introdução de aplicações web abriu um horizonte no futuro (LAMOUNIER, 2018).

Depois dessa geração, novas mudanças ocorreram, surgindo a terceira onda da Internet, anunciada pela primeira vez em 2001, num artigo de Tim Berners Lee, James Hendler e Ora Lassila, intitulado de: "Web Semântica: um novo formato de conteúdo para a Web que tem significado para computadores e vai iniciar uma revolução de novas possibilidades", nele foi apresentado à importância que a Web terá na vida dos seres humanos, demonstrando as facilidades que trará às várias práticas cotidianas.

Para Moura (2017), a Web 3.0 é a terceira geração da internet, a qual também é conhecida como web inteligente. Esta nova Web também pode ser chamada de "A Web Inteligente", sua principal característica é a capacidade de máquinas assumirem determinadas atividades que hoje são realizadas manualmente.

É uma geração com sites e aplicações inteligentes e publicidade baseada nas pesquisas e nos comportamentos, com conteúdos online mais organizados, de forma semântica, muito mais personalizados para cada internauta.

Em resumo, a web 3.0 garante o acesso à informação de forma rápida e eficiente e traz

mudanças que realmente inovam a internet. E é devido a esse grande desenvolvimento tecnológico que algumas pessoas dizem que a web 3.0 está próxima a Inteligência artificial (INTERNET INNOVATION, 2013)

2.4.2 Plataforma Nativa

Nas plataformas nativas o software opera apenas sobre o nosso computador, tendo o cliente que estar ligado a uma determinada rede local, o que consubstancia numa portabilidade nula, contudo, do ponto de vista da segurança não se encontra tão exposto devido ao facto de estar apenas disponível na rede ou no computador que está instalado (Sobral, 2017).

As aplicações nativas são mais utilizadas quando se trata de contabilidade ou casos de estudo relacionados com a ciência, sendo adequado para aplicações onde se pretende a máxima segurança e quando o número de utilizadores é muito restrito, por exemplo uma empresa ou um grupo pequeno de utilizadores. São preferenciais quando necessitam de uma grande capacidade de processamento (Sobral, 2017).

2.4.3 Concepção e importância de um website

Os websites são essenciais para aumentar a visibilidade das organizações na internet, ele funciona como um espaço que aumenta a visibilidade da marca de qualquer negócio. A palavra site tem origem inglesa e significa sítio, em latim, um lugar demarcado, local, posição. Ao ser acrescido web (website), tem o significado de sítio virtual, ou seja, um conjunto de páginas localizadas em algum ponto da web. São, portanto, escritos e podem ser convertidos em HTML, sendo acessados por meio de browsers ou navegadores. Com frequência, sites possuem conteúdo armazenado em banco de dados (MOURA, 2016).

Para Nielsen (2000, p.14) o website torna - se a principal interface da empresa com o cliente. A interface com o usuário torna os materiais de marketing, a vitrine, o interior da loja, a equipe de vendas, tudo em um só pacote. Em muitos casos, “o site torna-se até mesmo o produto em si”.

Segundo Hortinha (2001, p.119) aponta alguns benefícios referentes à presença na Internet tais como: a) melhoria da imagem institucional; melhoria do serviço aos clientes; b) aumento da visibilidade e da marca, produtos e serviços; c) expansão para outros mercados; d) possibilidade de transações online; e) redução dos custos de comunicação.

Além desses benefícios, é possível citar outros, listados a seguir:

• **Divulgação:** não adianta ter o melhor produto ou atendimento, se as pessoas não conseguem localizar informações facilmente, com o site seu negócio pode ser facilmente encontrado. Umas das grandes vantagens de um site: possibilitar uma ponte entre um possível cliente e a empresa. É necessário ter uma visão de que a divulgação é algo que já deve ser planejada a um determinado negócio antes mesmo que ele inicie suas atividades, para que quando as pessoas realizam buscas de informações sobre a empresa na internet, o conteúdo esteja disponível e bem estruturado para manter a competitividade da empresa com os demais.

• **Credibilidade e expansão do negócio:** O ambiente virtual está nas mãos dos potenciais consumidores por meio dos smartphones, cada vez mais evoluídos. As pessoas procuram por empresas, serviços, produtos, dúvidas, experiências, ou seja, procuram tudo na internet. A empresa que não possui presença digital, perde espaço para os concorrentes que têm. As pessoas enxergam essa empresa como ultrapassada e pouco acessível (já que não oferece uma maneira de se comunicar com ela), o que pode prejudicar sua credibilidade (Tudo sobre hospedagem de sites, 2020). Além da credibilidade, ter um site é uma oportunidade de ampliar o alcance de produtos e serviços, pois a divulgação vai além de uma determinada região e pode proporcionar vínculo com clientes até mesmo no mundo.

• **Geração de leads:** leads são contato em potencial, que podem se tornar cliente de uma empresa. É um público, que demonstra interesse pelo produto ou serviço oferecido. Um site bem estruturado, pode gerar leads, os clientes acessam o conteúdo do site e se houver interesse, eles cadastram e-mails e telefones no site para trocar informação e assim a empresa pode manter essas pessoas informadas sobre os serviços oferecidos, para que posteriormente, elas possam realizar compra e contratarem possíveis serviços ou produtos.

• **Interação com mídias sociais:** Não basta ter um site, é necessário que ele esteja integrado com as mídias sociais, onde muitos usuários estão presentes. Esses links podem direcionar os visitantes para os perfis nas mídias. O site pode potencializar bons resultados nessas redes, assim como através das redes sociais é possível gerar tráfego para conteúdos publicados no site.

• **Ser encontrado por usuários do Google:** O google é o maior mecanismo de busca que existe na internet, intencionalmente procurando o seu site ou não, ao pesquisar do algo que tenha relação com o seu negócio, essa pessoa pode encontrar a sua página. Por isso, a criação de um site, deve ser feito de acordo com as técnicas de SEO (Search Engine Optimization), que possibilitam que os robôs do Google vejam como de qualidade e relevante para a experiência dos usuários, além disso um servidor rápido e de qualidade com conteúdo bem estruturado e

aplicação correta de tags possibilitam que seu site seja melhor posicionado nas páginas do google.

O desenvolvimento de um *website* não diminuirá o contato direto do empreendedor com o cliente, mas possibilitará um contato mais imediato, maior visibilidade da marca na internet e a conquista de mais clientes para o empreendimento.

Considerando que desde o surgimento da internet, e as inúmeras mudanças que ela vem causando em nosso cotidiano, promovendo maior comunicação entre as pessoas em todo o mundo, podemos imaginar quão é essencial para as organizações estabelecer-se no ambiente digital, por isso desenvolver e gerir um bom site institucional é o ponto de partida inicial para isso.

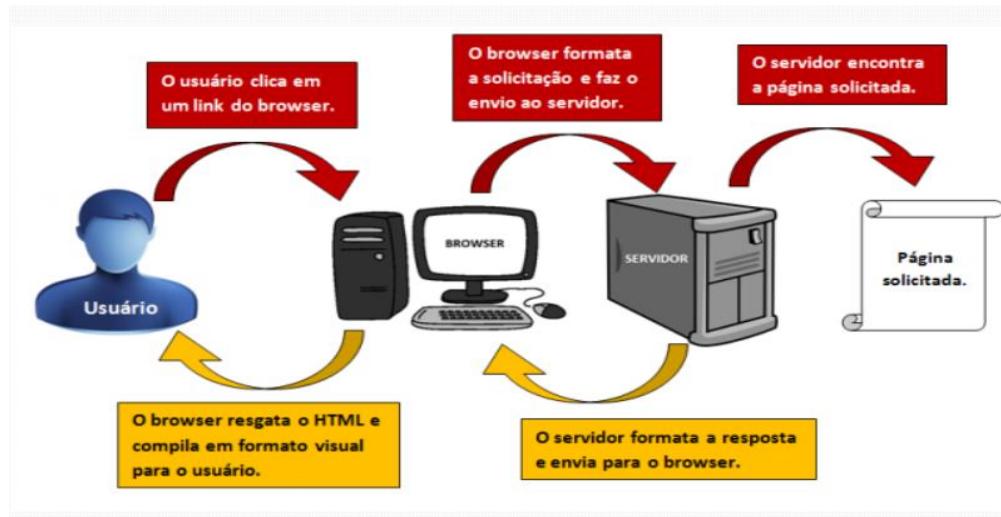
O W3C define quatro princípios que devem ser aplicados na construção de um site (Ferraz, 2003):

- Perceptível - o conteúdo de um site deve ser apresentado de forma a ser compreendido por qualquer pessoa;
- Operável - os elementos de interface presentes num site devem ser fáceis de efetuar por qualquer pessoa, ou seja, o site deve facilitar a navegação e a orientação através do conteúdo do mesmo;
- Inteligível - o site deve ser auto-evidente e não colocar nenhum obstáculo a utilizadores menos experientes ou com dificuldades de acesso;
- Robusto - o site deve usar tecnologias que maximizem a compatibilidade da sua estrutura com navegadores atuais e futuros, tecnologias de acessibilidade e outros programas.

As aplicações webs ou websites se diferenciam das aplicações desktop pela ausência de desenvolvimento de um programa específico para cada hardware ou sistema operacional. O acesso é realizado através de um navegador web conhecido como browser, onde todo processamento de funções e instruções é realizado no servidor web e o navegador serve como interface de comunicação (Pegoraro, 2018).

O usuário na página web faz acesso através de um browser. Após o usuário realizar um clique no link, o browser formata uma solicitação e encaminha para o servidor. Logo em seguida o servidor localiza a página, transmitindo-a para o browser. Por fim, o browser formata a página e compila entregando ao usuário em formato visual. A Figura 3 apresenta o processo de funcionamento de uma aplicação web, com relação a essas requisições e respostas.

Figura 3: Usuário Web - Solicitação e resposta para uma página web



Fonte: Devmedia, 2012.

Devido aos parâmetros técnicos o desenvolvimento de um website, deve ser realizado por profissional qualificado. Existem várias empresas e profissionais que oferecem esse tipo de serviço. Onde a customização da ferramenta é gerada a partir das necessidades e demandas da empresa. Algumas vezes, o custo para criar uma ferramenta totalmente exclusiva e personalizada acaba sendo muito alto. No próximo tópico, será descrita a ferramenta CMS (Content Management System) online, que pode ser utilizada para criação de websites personalizados, baseados na licença de programa livre que oferece ao utilizador a possibilidade de executar o programa sem qualquer encargo.

2.5 CMS (Content Management System) Para Construção De Sites

CMS vem do inglês Content Management System ou Sistema de Gestão de Conteúdos. Com as mudanças ocorrendo na Web, com conteúdos menos estáticos e mais dinâmicos, o cenário atual necessita de empresas inovadoras, que usem a internet através de seus sites e canais virtuais de forma prática e rápida. E o grande diferencial do CMS, como o próprio nome diz, é a possibilidade de gerenciar conteúdo dinâmico de forma simples e de forma constante. (Drubscky, 2019).

Neste novo cenário, surge a necessidade de ferramentas que possam cuidar desses conteúdos que crescem em diversos formatos. Com os sites, as empresas podem ter esse canal, que distribui as informações com todos os públicos que se relacionam com ela e com seus produtos e/ou serviços. Neste sentido, é importante entender a diferença entre informação,

conhecimento e conteúdo.

Segundo Content Management (2001), “Conteúdo é, em essência, qualquer tipo ou unidade de informação digital que é utilizada nas páginas dos websites. Ele pode ser texto, imagem, gráficos, vídeo, som ou, em outras palavras, qualquer coisa que é possível de ser publicada em uma intra, inter ou extranet”. A Gestão de Conteúdos, ou “Content Management” apoia organizações na captação, organização e distribuição de conteúdos originários de várias fontes e destinados a diversos tipos de dispositivos de saída.

Segundo Lemos (2001), “Conhecimento sempre significa algum tipo de agregação, algum tipo de adição de valor à informação existente. Um livro numa estante não tem valor até o momento em que alguém se dispõe a lê-lo, a transformar o amontoado de informação que o livro possui”. Ainda conforme Lemos (2001), “talvez o termo conteúdo esteja mais próximo da ideia de conhecimento que a palavra informação”. Vale notar que, citando o mesmo autor, “o conteúdo de um website é um conjunto de informações, mas não de qualquer informação. O conteúdo tem um juízo de valor embutido, significa que a informação que o website oferece deve ter coerência, fundamentação, esforço intelectual e operacional dos profissionais que nele trabalham e que agregaram algum tipo de valor à informação”.

Na opinião de Cruz (2002), as organizações precisam definir de forma clara e consistente o conhecimento que precisa ser considerado nos âmbitos operacional, estratégico e emocional. Esses âmbitos se refletem nos componentes da Gerência do Conhecimento, que são comportamentais, informacionais e tecnológicos. Quando o conteúdo não tem ligação direta com a estratégia de negócios da corporação, ele pode ser classificado apenas como informação. Ao contrário, ao agregarmos valor à informação ou ao conteúdo, ele pode se tornar conhecimento.

Para Bax e Pereira (2017), a ideia básica por trás de um CMS é a de separar o gerenciamento do conteúdo do design gráfico das páginas que apresentam o conteúdo. O design das páginas que apresentam os conteúdos são colocados em arquivos chamados moldes (templates), enquanto o conteúdo é armazenado em banco de dados ou arquivos separados. Quando um usuário solicita uma página, as partes são combinadas para produzirem a página HTML padrão. A página resultante pode incluir conteúdos de diferentes fontes.

Conforme Ribeiro (2015), as ferramentas de gestão de conteúdo auxiliam na criação, na governança e na publicação de informações em Websites. Assim, os sistemas de gerenciamento de conteúdo, tradução de Content Management System (CMS), permitem não só o desenvolvimento dos próprios Websites, mas também a construção de fóruns, wikis, blogs, lojas virtuais entre outros.

São vários os benefícios oferecidos pela CMS. De acordo com Mercer (2008) estes softwares existem para facilitar a criação, organização, manipulação e remoção de dados em forma de documentos, textos, *scripts*, mídias e dados.

De acordo com Pereira e Bax (2002), talvez o maior deles seja a possibilidade de usar templates e elementos comuns de design que asseguram a consistência de apresentação do site como um todo. A responsabilidade pela aparência das páginas *web* é retirada dos autores e centralizada. Isso simplifica a manutenção do *site*.

Bax e Pereira (2017) destacam as principais vantagens no uso de ferramentas CMS:

- Separação do design gráfico do gerenciador de conteúdo das páginas do *website*;
- Ganho de produtividade;
- Flexibilidade para a apresentação de conteúdo;
- Alta velocidade para atualizar conteúdos;
- Maior Usabilidade;
- Praticidade na busca de informações necessárias;
- Facilidade de uso, devido a interface intuitiva;
- Simplicidade no arquivamento, armazenamento e recuperação do conteúdo;
- Acesso remoto das informações de qualquer lugar com conexão à internet;

É preciso atentar para o conceito de usabilidade, implementar o conceito de usabilidade no website, através do CMS, possibilita a facilidade de acesso e interação dos visitantes no website e contribui para que a organização se torne mais competitiva, pois facilitará a busca do usuário por informação/serviço desejado e consequentemente, aumentar sua acessibilidade.

Bax e Pereira (2017) destacam também as principais vantagens da implantação de um CMS em empresas:

- padronizar as estruturas de conteúdo e manutenção do controle de apresentação e uso da marca em toda a organização;
- aumentar a eficiência das equipes: usuários (autores) publicam suas informações e técnicos (administradores) cuidam da infra-estrutura;
- agregar valor aos conteúdos web à partir do estabelecimento de fluxos de trabalho com processo de aprovação padronizado;
- reduzir custos de atualização de seus conteúdos e aumentar a velocidade e freqüência da publicação de novas informações;
- reduzir custos de criação/manutenção/evolução disponibilizando componentes pré-fabricados e processos pré-automatizados.

Além dessas características, outros critérios importantes para a escolha da ferramenta CMS podem ser citados, de acordo com Pegoraro (2018):

- Plataforma *open source*: o código pode ser alterado, modificado e distribuído além de ser uma plataforma totalmente gratuita;
- Foco da ferramenta: gerenciador de conteúdo para blogs pessoais ou *websites* institucionais para pequenas e médias empresas com recursos voltados a iniciantes;
- CMS simples e funcional: facilidade para a criação e edição de categorias, edição de menus, inserção de *tags* e cadastro de mídias aos usuários que não possuem nenhum tipo de conhecimento técnico;
- Popularidade: a ferramenta CMS com maior popularidade do mundo e também do Brasil permite integração, interligando-se com outros serviços com objetivo de melhorar sua comunicação. Por ser a ferramenta de maior popularidade e usabilidade, o WordPress gera engajamento maior, isto é, existe um número maior de pessoas disponibilizadas a compartilhar conteúdo, desenvolver temas, criar *plugins* e gerar material científico da ferramenta;
- *Plugins* e temas: o WordPress é a ferramenta com o maior número de *plugins* e temas disponíveis, sendo a maioria desses gratuitos, disponíveis para uso e reutilização;
- Comunidade: comunidade com maior número de membros no mundo e seu diferencial maior, é o número crescente no Brasil, compartilhando novos conteúdos, oferecendo suporte dinâmico e aperfeiçoando cada vez mais a ferramenta;
- Instalação facilitada: com recursos básicos de instalação, a ferramenta elimina configurações complicadas e permite o funcionamento em poucos cliques;
- Plataforma Universal: com uma tecnologia voltada aos usuários iniciantes, o WordPress tem destaque por ser apto a diversos idiomas e manter padrões tecnológicos universais;
- Perfil de usuários escalar: os usuários da ferramenta são definidos pelo administrador.
- A ferramenta possui níveis de acesso que permitem aos usuários na parte da base definir e adicionar usuários em níveis menores;
- Liberdade de escolha de hospedagem: o grande diferencial neste ponto, comparado a algumas ferramentas é que o WordPress dá total liberdade para escolha da empresa para o alojamento *web* dos dados e domínios;
- Links permanentes: todos os links são estruturados e comprehensíveis para humanos e equipamentos, o que inclui os motores de busca. No WordPress as URL's são simplificadas e limpas, o que otimiza os motores de pesquisa e oferece uma melhor experiência do usuário.

Neste sentido, estes softwares disponibilizam de forma gratuita o download do código da aplicação, que são criados e apoiados por uma comunidade de desenvolvedores, que permite operacionalizar a criação e publicação de conteúdos através de mecanismos de gerenciamento nos websites para organizações de todos os tipos, e na sua forma padronizada possibilita redução de custos para as empresas que adotam o CMS.

2.6 Banco De Dados

Um banco de dados é um conjunto de dados integrados, uma coleção lógica e coerente de dados com algum significado inerente. Quando vamos fazer uma reserva de voo ou hotel, sempre que informações estiverem agrupadas, podemos dizer que teremos um banco de dados.

De acordo com Korth (2016), um banco de dados é uma coleção de dados inter-relacionados, representando informações sobre um domínio específico, ou seja, sempre que for possível agrupar informações que se relacionam, e tratam de um mesmo assunto, podemos dizer que temos um banco de dados.

Navathe (2010) afirma que um banco de dados, deve possuir as seguintes propriedades implícitas:

- Um **banco de dados** deve representar algum aspecto do mundo real, o que chamamos de **minimundo**;
- Um **banco de dados** é uma **coleção logicamente coerente de dados** com algum significado inerente;
- Um **banco de dados** é **projeto, construído e populado com dados para uma finalidade específica**.

Para melhor manipular o crescimento de informações do banco de dados, é necessário um sistema de gerenciamento de banco de dados (SGBD), que é um software que possui recursos que manipulam informações e podem interagir com usuários. Segundo Korth, Silberschatz e Sudarshan (2012, p. 19), um Sistema Gerenciador de Banco de Dados é constituído por um conjunto de dados associados a um conjunto de programas para acesso a esses dados. Navathe e Ramez (2005), dizem que um SGBD também deve organizar, acessar, controlar e proteger as informações contidas no banco de dados. Existem vários exemplos de SGBDs disponíveis para uso, um deles é o Mysql, que é um dos bancos de dados mais usados tradicionalmente entre as tecnologias CMS. Posteriormente, será abordada na metodologia, a implementação da ferramenta para geração do website da cooperativa.

2.7 Cooperativismo

Cooperativismo é o princípio que exalta a colaboração e a associação de pessoas ou grupos com os mesmos interesses, a fim de obter vantagens comuns em suas atividades econômicas e contribuir para a transformação social de todos os envolvidos na organização.

O valor cooperativista tem por fundamento o desenvolvimento social da cooperação e do auxílio mútuo daqueles que se encontram na mesma situação desvantajosa, através da soma de esforços, busca garantir a sobrevivência e diminuição dos desequilíbrios econômicos e sociais provenientes de um período histórico e de um sistema capitalista, resultante desse período de grandes transformações provenientes da Revolução Industrial.

Segundo Pinho (1966), embora, etimologicamente, cooperação, cooperativa e cooperativismo derivam do verbo cooperar, de origem latina *cooperari* (*cum* e *operari*), que significa trabalhar com alguém, são conceitos distintos. Desse modo, Pinho (1966), afirma que cooperativismo e cooperativa não são sinônimos.

Etimologicamente cooperação (do verbo latino *cooperari*, de *cum* e *operari* – operar juntamente com alguém) significa a prestação de auxílio para um fim comum. E cooperativismo é a doutrina que visa à renovação social através da cooperação. Do ponto de vista sociológico, cooperação é uma forma de integração social e pode ser entendida como ação conjugada em que pessoas se unem, de modo formal ou informal, para alcançar o mesmo objetivo. A cooperação, quando organizada segundo estatutos previamente estabelecidos, dá origem a determinados grupos sociais. Dentre tais grupos as cooperativas representam aqueles que visam, em primeiro lugar, a fins econômicos e educativos. A doutrina que deu base teórica às realizações cooperativistas constitui o cooperativismo. Portanto, cooperação e cooperativismo não são palavras sinônimas. Entretanto, o termo cooperação tem sido geralmente usado como equivalente de cooperativismo. É o que se verifica em Gide, Gaumont, Lavergne, Lasserre, Poison, Broukère, Totomianz, Borea – para citar apenas alguns exemplos – e também autores brasileiros, tais como Saturnino Brito, Srandy Raposo, Valdiki Moura e outros; e, embora com menos frequência, como equivalente de cooperativa. (Pinho, 1966, p.7)

Enquanto a cooperação significa ação conjunta com vista ao mesmo objetivo, o cooperativismo, é definido como um sistema, doutrina econômico e social ou ideologia que pretende ser conduzida pela liberdade, democracia, solidariedade, igualdade e o equilíbrio social, e, finalmente, a cooperativa seria uma entidade ou instituição onde as pessoas cooperam objetivando o mesmo fim.

De acordo com a Lei n 5.764/71 que define a Política Nacional do Cooperativismo:

“Cooperativas são sociedades de pessoas, com forma e natureza jurídicas próprias, de natureza civil, não sujeitas a falência, constituídas para prestar serviços aos associados”.

Para Bialoskorski (1998), a cooperativa nada mais é do que uma empresa organizada de propriedade comum e social, baseada em doutrinários utópicos e associacionistas, que apregoam os ditames da revolução francesa de liberdade, igualdade e fraternidade, visando buscar inovações que implementem e incorporem definitivamente os associados ao mercado de trabalho, objetivando o bem-estar social dos membros integrados a ela.

De acordo com Silva Filho (2001), as organizações cooperativas têm atuado como mecanismos capazes de oferecer, de forma satisfatória, respostas a problemas e necessidades de caráter social e econômico. O sistema cooperativista é um sistema que proporciona o desenvolvimento integral do indivíduo. O cooperativismo pode ser reconhecido hoje como um dos sistemas mais adequados, participativos, justos e democráticos que atendem as necessidades e interesses dos trabalhadores.

Pode-se, também, designar cooperativismo como um processo associativo pelo qual homens livres aglutinam suas forças de produção, sua capacidade de consumo e suas poupanças, a fim de se desenvolverem econômica e socialmente, elevando seu padrão de vida, ao mesmo tempo em que beneficia-se a sociedade em geral, pelo aumento e barateamento da produção, do consumo e do crédito (GUAZZI, 1999)

De acordo com a OCB (2014a). “a cooperativa é uma associação autônoma de pessoas unidas voluntariamente para satisfazer suas necessidades e aspirações econômicas, sociais e culturais comuns.

O cooperativismo é uma forma de somar capacidade dentro de um mundo competitivo. É uma forma de preservar a força econômica e de vida dos indivíduos de um mesmo padrão e tipo, com objetivos comuns e com as mesmas dificuldades. A cooperativa quase sempre surge em momentos de dificuldades e da consciência de fragilidade do homem dentro do mundo em que atua (SALES, 2010, p. 24).

2.7.1 Breve Histórico sobre o surgimento do Cooperativismo

Em consequência da Revolução Industrial, que teve início na Inglaterra na segunda metade do século XVIII, ocorreu um grande êxodo rural, com o deslocamento de inúmeras pessoas para as cidades, em busca de emprego nas fábricas que então passaram a se multiplicar, graças à invenção de diversas máquinas. Com isso, o artesanato entrou em declínio e o sistema fabril se desenvolveu enormemente, ocasionando grandes mudanças econômicas e sociais, e a

implantação do modo de produção capitalista.

As origens das cooperativas rurais e agrícolas encontram-se, em parte, relacionadas às experiências coletivistas, de ajuda mútua no campo e, em parte, às condições da agricultura moderna, tendo se desenvolvido desde que a economia rural passou a estar relacionada ao mercado – seja pela necessidade de crédito, da aquisição de adubos, sementes, entre outros, seja pela necessidade de comercialização da produção. Já as cooperativas urbanas nasceram em meio ao desenvolvimento do capitalismo industrial, juntamente como o movimento operário, cuja expressão se deu através da ação sindical, reivindicação de dispositivos legais de proteção, em defesa do aumento dos salários e melhores condições materiais de trabalho; através de experiências que suprimissem o trabalho assalariado, expressas pelas cooperativas de produção; desenvolvimento de mecanismos que liberassem a maneira de dispor de seus salários e poder de compra, ação cooperativa de consumo e habitação, também de modo a inibir os truck systems (FAUQUET, 1980)

Para Vicentino (2001), um dos grandes dramas do processo da Revolução Industrial foi a alienação do trabalhador em relação à sua atividade. Ao contrário do artesão da Antiguidade ou da Idade Média, o operário moderno perdeu o controle do conjunto da produção. Passou a ser responsável por apenas uma parte do ciclo produtivo de uma mercadoria, ignorando os procedimentos técnicos envolvidos. Além disso, recebendo “salário” em troca da atividade mecânica realizada, o operário alienava o fruto de seu trabalho ao capitalista, transformando-o em mercadoria sujeita ao mercado.

Ainda de acordo com Vicentino (2001), a industrialização iniciou-se com mecanização do setor têxtil, cuja produção tinha grandes mercados nas colônias.

Bialoskorski Neto (2006) comenta que em uma realidade de pobreza e exploração do trabalho, o trabalhador era submetido a uma jornada de 17 horas diárias, passaram fome e não contam com nenhum benefício social, em um mundo de desemprego, carestia e miséria, que leva alguns pensadores econômicos à revolta.

Surgem, então, alguns pensamentos diferenciados, como: ‘A cada um, de acordo com seu trabalho’, e ‘A cada um, segundo a sua capacidade; a cada um, segundo as suas necessidades’. Esses pensamentos e a preocupação com a situação social, aliado a uma revolta contra a propriedade privada e à livre concorrência, fazem nascer um grupo de socialistas, chamados utópicos (BIALOSKORSKI NETO, 2006, p.22)

De acordo com Reis Júnior (2006) foi durante a Revolução Industrial que emergiram as condições socioeconômicas favoráveis ao desenvolvimento das sociedades cooperativas.

A doutrina cooperativista surge no século XIX como resultado desse processo através do

qual se procurava atenuar ou suprimir os desequilíbrios econômicos e sociais oriundos da Revolução Industrial. O ideal cooperativista se disseminou pelo mundo e atua em todos os setores da economia, como ainda não havia legislação trabalhista, a exploração que os trabalhadores sofriam era grande, e as condições de vida eram péssimas.

Mesmo com iniciativas, muitas cooperativas não obtiveram sucesso devido às condições políticas desfavoráveis e, principalmente, pela forma como estas eram criadas. Mas foi a partir dessas dificuldades, que historicamente o cooperativismo apareceu, junto com o capitalismo industrial, constituindo-se como uma proposta para a superação dos obstáculos decorrentes da industrialização e exploração capitalista.

Com todos esses impasses, o sistema capitalista começou a ser questionado por vários filósofos, eles começaram a buscar alternativas de organização para produzir, consumir e obter crédito. A solução apontada para a satisfazer essas necessidades, foi a criação de organizações em que os próprios trabalhadores pudessem administrar a sua força de trabalho e seu capital, de modo autogestionário, isto é, as cooperativas. Com base em Hugon (2009), vejamos os principais pensadores que influenciaram a formulação do cooperativismo:

- Saint-Simon (1760-1825) – filósofo francês, defensor de uma organização industrial dinâmica que atendesse as necessidades de todos, garantindo o pleno desenvolvimento social e minimizando a exploração.
- Robert Owen (1771-1858) – industrial inglês na área da fiação. Realizou diversas reformas em seus empreendimentos, como a redução da jornada de trabalho para cerca de 10 horas diárias, numa época em que era comum exigir-se dos trabalhadores o cumprimento de uma jornada de 14 a 16 horas de trabalho. Tentou em vão convencer as autoridades de sua época da necessidade de reformar o setor produtivo, melhorando a qualidade de vida dos trabalhadores e foi, por isso, hostilizado e até mesmo perseguido. Teve papel fundamental na formação da primeira cooperativa e suas ideias influenciaram a elaboração de seu Estatuto Social.
- Charles Fourier (1772-1837) – filósofo francês, crítico do capitalismo, do processo de industrialização e da própria urbanização. Acreditava que o processo de exploração sofrido pelos trabalhadores poderia ser superado pela organização de comunidades autogestionadas, os falanstérios, e procurou incentivar a sua formação. Com isso, concorreu para a formulação dos ideais cooperativistas.

De acordo com essas ideias, no ano de 1844, na cidade de Rochdale, região de Manchester, Inglaterra, 28 tecelões fundaram aquela que é considerada a primeira cooperativa, a Sociedade dos Probos Pioneiros de Rochdale, empreendimento que a história registra como marco inicial do cooperativismo.

Os tecelões reuniram esforços e buscaram uma alternativa à exploração que sofriam sob o sistema capitalista, como as longas jornadas de trabalho sob condições desumanas, em que homens, mulheres e crianças trabalhavam exaustivamente e com salários extremamente baixos. Os pioneiros de Rochdale, ao reunirem suas modestas economias, tinham por objetivo melhorar as condições de vida de todo o grupo e de suas famílias.

Segundo Veiga e Fonseca (2001), a Cooperativa de Rochdale se tornou um exemplo, devido a sua enorme capacidade de adaptação às oportunidades e aos riscos da economia de mercado, isso sem abrir mão dos princípios cooperativistas criados por ela desde seu início. Seu sucesso se deve justamente a essa elaboração conjunta de ideias e regras gerais, regulamentando seu funcionamento, com base em princípios morais e de conduta, justificando assim suas iniciativas.

O êxito obtido pelos tecelões de Rochdale estabeleceu o precedente para a formação de inúmeras outras cooperativas. O modelo de sociedade formatado pelos pioneiros de Rochdale angariou adeptos e defensores. Dentre estes, destaque-se Charles Gide (1847-1932), professor de Economia Política na Universidade da França. Ele foi um dos fundadores da Escola de Nîmes, grupo de intelectuais que passou a defender o cooperativismo como forma de superar os problemas oriundos da exploração capitalista.

Gide foi um dos responsáveis pela formulação da doutrina cooperativista propriamente dita, tendo defendido a ideia segundo a qual a melhoria do nível de vida dos trabalhadores somente seria possível através da fundação de organizações cooperativas, em que ocorreria a eliminação de entes intermediários (que se apropriam da riqueza gerada pelo produtor), a educação e a facilitação do acesso à propriedade. Ele consagrou o sistema cooperativista como meio de extinguir as injustiças presentes na sociedade, pois a implantação paulatina do cooperativismo em substituição ao sistema capitalista eliminaria o trabalho assalariado e a exploração sofrida pelo trabalhador.

De acordo com Gide (ROSSI, 2008) isso aconteceria por meio de um programa desenvolvido através de três etapas: na primeira, as cooperativas de consumo seriam articuladas de modo a eliminar o lucro; na segunda, com os recursos acumulados pelas cooperativas de consumo, seriam constituídas cooperativas de produção industrial; na terceira, seriam organizadas cooperativas de produção agrícola.

Analizando a época, conclui-se que os mentores desta ideia eram homens à frente de seu tempo, buscavam meios de melhorar suas condições sociais e econômicas. Os pioneiros de Rochdale inauguraram um armazém, organizado e regido por normas estatutárias que, segundo (Santos 2001 apud Pinho 1982) objetivavam:

- a) formação de capital para emancipação dos trabalhadores mediante economias realizadas com a compra em comum de gêneros alimentícios;
- b) construção de casas para fornecer habitação a preço de custo;
- c) criação de estabelecimentos industriais e agrícolas com duplo objetivo: produzir direta e economicamente tudo o que fosse indispensável aos operários desempregados ou que percebiam baixos salários;
- d) educação a luta contra o alcoolismo;
- e) comercialização (compra e venda) somente a dinheiro, para que os cooperados só assumissem compromissos dentro de suas possibilidades orçamentárias, e evitando o crédito, que considerava um “mal social”.
- f) Cooperação integral.

Esse fato é considerado o início do movimento cooperativista mundial, ou seja, o marco fundamental do cooperativismo moderno. A base doutrinária dos estatutos desses cooperativistas pioneiros norteará toda organização cooperativa até os dias de hoje, sendo adotada e propagada pela Aliança Cooperativa Internacional e pelas organizações cooperativas em nível nacional. (BIALOSKORSKI NETO, 2006, P. 28).

Segundo Silva Filho (2001), o sucesso de “Rochdale” inspirou o movimento cooperativista pelo mundo, de tal modo que os valores (solidariedade, igualdade, fraternidade, democracia, equidade, responsabilidade social, transparência) e os princípios (adesão livre e voluntária, controle democrático pelos sócios, participação econômica dos sócios, autonomia e independência, educação, treinamento e informação, cooperação entre cooperativas, preocupação com a comunidade) elaborados pelos “Probos Pioneiros” são, até hoje, com algumas pequenas mudanças, adotados pelo movimento cooperativista.

Como nos mostra a história, foi em um ambiente de dificuldade que as ideias cooperativistas se firmaram, devido os avanços das práticas industriais e diminuição da atividade artesanal, iniciava a exploração da mão-de-obra, o cooperativismo surge como forma de amenizar os traumas econômicos e sociais que estas transformações submeteram o homem da época, favorece o desenvolvimento integral do indivíduo por meio do coletivo, tem por objetivo a correção do social pelo econômico, para isso, procura construir uma sociedade de caráter democrático e solidário.

Para Farias e Gil (2013), com base na cooperação, o cooperativismo constitui-se como uma doutrina econômica e social que procura construir uma nova maneira de processar a economia, baseando-se no trabalho e não no capital; na ajuda mútua e não na concorrência e competição; nos valores e necessidades humanas e não na acumulação individual do dinheiro e

na exploração do trabalho de outras pessoas. Para tanto, visa ao aprimoramento do ser humano nas dimensões social, econômica e cultural, preocupando-se com a qualidade de seus produtos e serviços, buscando construir uma sociedade mais equitativa, democrática e sustentável.

Hoje o que se discute são alternativas viáveis para a realidade atual; os motivos que os precursores do cooperativismo à época e, o momento atual, quais as semelhanças e soluções estão no nosso alcance alicerçado nos ideais cooperativistas.

Portanto, o cooperativismo moderno encontra suas raízes nas consequências das crises econômicas e sociais provocadas pela Revolução Industrial. Com base em seus ideais, o cooperativismo é reconhecido por muitos pensadores como o sistema mais adequado, participativo, justo, democrático e indicado para atender as necessidades e aos interesses específicos dos trabalhadores.

Dizemos que o cooperativismo é uma doutrina porque se fundamenta em uma série de valores e princípios. Para que fique claro, é preciso frisar que valores são conceitos fundamentais para um grupo social, ou mesmo para um indivíduo, deles decorrem os princípios que são as normas elementares constitutivas de uma doutrina. Sabe-se que os valores fundamentais do cooperativismo são a solidariedade, o humanismo, a liberdade, a racionalidade, a democracia, a igualdade e a justiça social. Em um item a parte, será indicado os princípios que fundamentam a doutrina cooperativista.

O cooperativismo também pode ser definido como um sistema de organização econômica que pode envolver várias formas de produção e de trabalho e que tem por unidade básica a cooperativa. Como tal, o cooperativismo está organizado no plano nacional e no plano internacional. No contexto nacional as cooperativas formam federações e confederações e estão representadas pela Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB). Já no plano internacional as cooperativas são representadas pela Aliança Cooperativa Internacional (ACI).

2.7.2 Aliança Cooperativa Internacional – ACI

Algumas décadas depois da fundação da Cooperativa Pioneira de Rochdale, em 1895, é criada em Paris, a Aliança Cooperativa Internacional, responsável por todo movimento cooperativo. Assim como outros segmentos da economia possuem seus órgãos representativos, com o cooperativismo não foi diferente.

Foi fundada por iniciativa de líderes cooperativistas ingleses, franceses e alemães, com o objetivo de criar um órgão representativo mundial, que intensificasse o intercâmbio entre as cooperativas dos diversos países, nos campos doutrinários, educativo e técnico.

De acordo com Santos (2001), a fundação da ACI foi precedida por intensos debates entre duas correntes: a da “Hegemonia do Produtor”, proposta pelo grupo de Londres, os socialistas cristãos, liderados por Vansitartart Neale, que defendiam a participação como o principal critério rochdaleano de autenticidade cooperativista, e que pregavam a transformação social por intermédio das cooperativas de produção, que seria o instrumento de libertação do trabalhador assalariado, com a participação dos funcionários nos lucros das empresas e a da “Hegemonia do Consumidor”, defendida pelo grupo de Manchester, isto é, pelas organizações cooperativas “Wholesale” é apoiado pelas federações cooperativistas de consumo, que pregavam a transformação social pela organização das cooperativas de consumo, pois entendiam que todas as pessoas são consumidoras e nem todas são trabalhadoras, por isso as cooperativas de consumo são universais nos objetivos que defendiam, e portanto, atendiam aos interesses de todas as pessoas.

Ainda de acordo com Santos apud Schneider (1991), a influência de Charles Gide foi decisiva para que a ACI acatasse a “Hegemonia do Consumo” (que é a vitória da produção cooperativa de consumidores, com retorno proporcional às operações) em detrimento da “Emancipação do produtor” ou produção de trabalhadores cooperativados, em retorno ao trabalho. Pois segundo ele, as cooperativas de produção, apoiadas pelas cooperativas de crédito, pleiteavam apenas a reconciliação entre o capital e o trabalho gerando a paz social, defendendo somente os interesses dos pequenos produtores da ameaça de ser tornarem assalariados.

2.7.3 Princípios Cooperativistas

Sendo tarefa da ACI tutelar os princípios cooperativos, muitos congressos foram realizados com o objetivo de estudá-los, bem como analisar sua aplicação na época. Dotada de valores e princípios próprios, a doutrina cooperativista busca conciliar as virtudes de uma economia de mercado, como a valorização do esforço e do talento individual, com os elementos que julga indispensáveis para a conformação de uma sociedade mais justa e solidária. Seguindo de perto os princípios originais formulados pelos pioneiros de Rochdale na primeira metade do século XIX, a ACI considera essencial, para a conformação de uma cooperativa, a observância de sete princípios fundamentais:

- a) Adesão livre e voluntária: As cooperativas são organizações voluntárias, abertas a todas as pessoas aptas a utilizar os seus serviços e dispostas a assumir as responsabilidades como membros, sem discriminações de sexo, sociais, raciais, políticas ou religiosas;

- b) Gestão democrática pelos membros: As cooperativas são organizações democráticas controladas pelos seus membros, que participam ativamente na formulação das suas políticas e na tomada de decisões. Os homens e as mulheres eleitos como representantes dos outros membros são responsáveis perante estes. Nas cooperativas de primeiro grau os membros têm igual direito de voto (um membro, um voto), e as cooperativas de grau superior são também organizadas de forma democrática;
- c) Participação econômica dos membros: Os membros contribuem equitativamente para o capital das suas cooperativas e controlam-no democraticamente. Pelo menos parte desse capital é, normalmente, propriedade comum da cooperativa. Os membros recebem, habitualmente, e se a houver, uma remuneração limitada ao capital subscrito como condição da sua adesão. Os membros destinam os excedentes a um ou mais dos seguintes objetivos: desenvolvimento das suas cooperativas, eventualmente através da criação de reservas, parte das quais, pelo menos, será indivisível; benefício dos membros na proporção das suas transações com a cooperativa; apoio a outras atividades aprovadas pelos membros;
- d) Autonomia e independência: As cooperativas são organizações autônomas, de ajuda mútua, controladas pelos seus membros. Se estas firmarem acordos com outras organizações, incluindo instituições públicas, ou recorrerem a capital externo, devem fazê-lo em condições que assegurem o controle democrático pelos seus membros e mantenham a autonomia das cooperativas;
- e) Educação, formação e informação: As cooperativas promovem a educação e a formação dos seus membros, dos representantes eleitos, dos dirigentes e dos trabalhadores de forma a que estes possam contribuir, eficazmente, para o desenvolvimento das suas cooperativas. Informam o público em geral - particularmente os jovens e os líderes de opinião - sobre a natureza e as vantagens da cooperação;
- f) Intercooperação: As cooperativas servem de forma mais eficaz os seus membros e dão mais força ao movimento cooperativo trabalhando em conjunto, através das estruturas locais, regionais, nacionais e internacionais;
- g) Interesse pela comunidade: As cooperativas trabalham para o desenvolvimento sustentado das suas comunidades através de políticas aprovadas pelos membros (ACI, 1998).

O reconhecimento do importante papel desempenhado pelas cooperativas no

desenvolvimento econômico e social das nações veio na forma da emissão, pela Organização Internacional do Trabalho, da Recomendação nº 193, em junho de 2002. Entre outras coisas, este documento destaca a contribuição das cooperativas para o desenvolvimento humano sustentável, além de sua importante atuação no combate à exclusão social, e recomenda aos governos a adoção de políticas que incentivem o cooperativismo (ILO, 2002).

2.7.4 Cooperativismo no Brasil

O cooperativismo nasceu e cresceu de início, na Europa, mas se espalhou pelo mundo e hoje está presente em todos os países e em todos os sistemas econômicos e culturais (DANTES; LOPES, 2010).

No Brasil, o cooperativismo nasceu de influências do cooperativismo europeu, estimulado por funcionários públicos, militares, profissionais liberais e operários, para atender às suas necessidades. No ano de 1887 surgiu a primeira cooperativa no Brasil denominada Cooperativa de Consumo dos Empregados da Companhia Paulista, em Campinas/SP. No decorrer das décadas seguintes, o movimento continua, com a criação da primeira cooperativa de consumo de que se tem registro no Brasil, em Ouro Preto (MG), no ano de 1889, denominada Sociedade Cooperativa Econômica dos Funcionários Públicos de Ouro Preto. Depois, se expandiu para Pernambuco, Rio de Janeiro, São Paulo, Rio Grande do Sul, além de se espalhar em Minas Gerais. Em 1902, surgiram as cooperativas de crédito, no Rio Grande do Sul, por iniciativa do padre suíço Theodor Amstadt, conhecido como Caixa Rural, atual Sicredi. A partir de 1907, surgia o cooperativismo agropecuário em Minas Gerais, outros empreendimentos semelhantes surgiram em Rio Grande do Sul e Paraná. Em 1913, fundou-se em Santa Maria (RS), Cooperativa de Consumo dos Empregados da Viação Férrea (Coopfer). A COOPFER chegou a abranger 18.000 cooperados no auge do desenvolvimento do cooperativismo de consumo no país. Porém, a partir de 1960, o número de cooperativas de consumo sofreu uma queda exorbitante. Apenas 12% das cooperativas existentes em 1960 continuaram a funcionar em 1984, ou seja, de 2.410 cooperativas houve uma drástica redução para 292.

Em 1930, aumentou a fundação de cooperativas de crédito. Estas passaram a ter papel fundamental no empréstimo de pequenas quantias a pequenos empreendedores.

Mas foi a partir do ano de 1932 que se verificou o aparecimento de um maior número de cooperativas, como consequência do Decreto nº 22.239/32 e de campanhas divulgadas pelo Governo Federal, e por alguns estaduais. Na verdade, essas

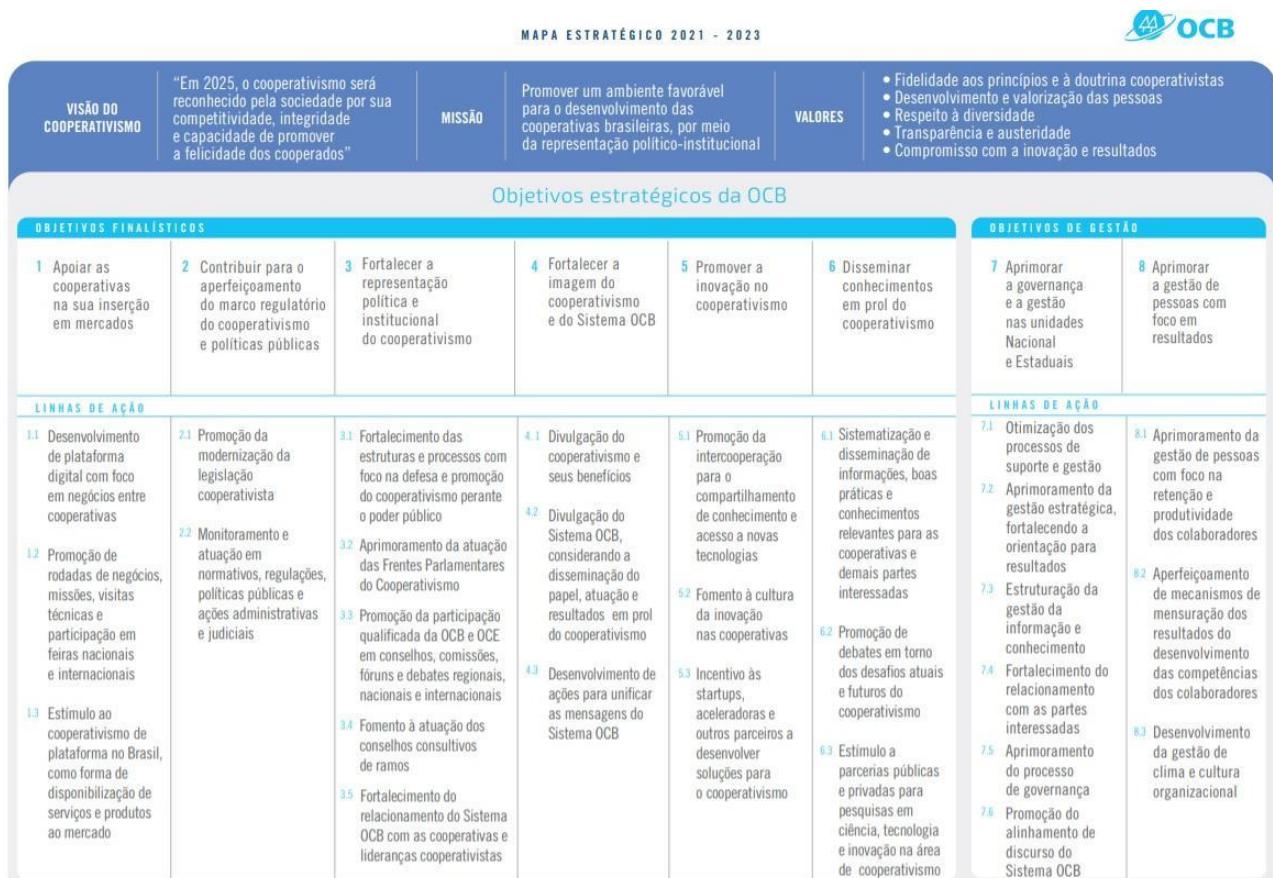
campanhas foram elaboradas por órgãos de assistência ao cooperativismo que, paulatinamente, iam sendo criados, sem que, no entanto, algum deles alcançasse abrangência nacional (MENEGÁRIO, 2000, p.21).

Somente em 1969, em Belo Horizonte, foi criado o Órgão Nacional de Representação, a Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB). Porém, sua existência institucional e legal foi alcançada apenas em 1971, por meio da Lei 5.764/71 (MENEGÁRIO, 2000).

Fundada em 1969, a OCB foi concebida para pacificar “e centralizar, numa instância única, as diferentes forças que atuavam junto ao cooperativismo nacional naquele momento. A partir da hegemonia dos produtores rurais e sob a tutela do Governo Militar, a OCB conseguiu – através principalmente da criação da Lei 5.764, de 1971, e do apoio do Ministério da Agricultura – canalizar investimentos consideráveis e privilégios fiscais às suas filiadas, especialmente as cooperativas agropecuárias (coopers) de maior porte. Grande parte dessas ações integrava-se aos projetos de criação e fortalecimento de complexos agroindustriais, tendo plena consonância com as políticas de modernização (conservadora) do meio rural brasileiro. Tais mudanças na agricultura brasileira foram implantadas com ajuda de 29 programas de crédito subsidiado, e dos órgãos de assistência técnica governamental. Em muitos casos, esses programas também eram operados pelas próprias cooperativas (BÚRIGO, 2006, p. 57).

Desde então, a instituição é responsável pelo fomento e defesa do sistema cooperativista brasileiro, apresentando o cooperativismo como solução para um mundo mais justo, feliz, equilibrado e com melhores oportunidades para todos. E o cooperativismo brasileiro tem um mapa estratégico da OCB, conforme figura 4, que organiza os objetivos estratégicos e caminhos para torná-los realidade.

Figura 4: Mapa estratégico OCB 2021 – 2023

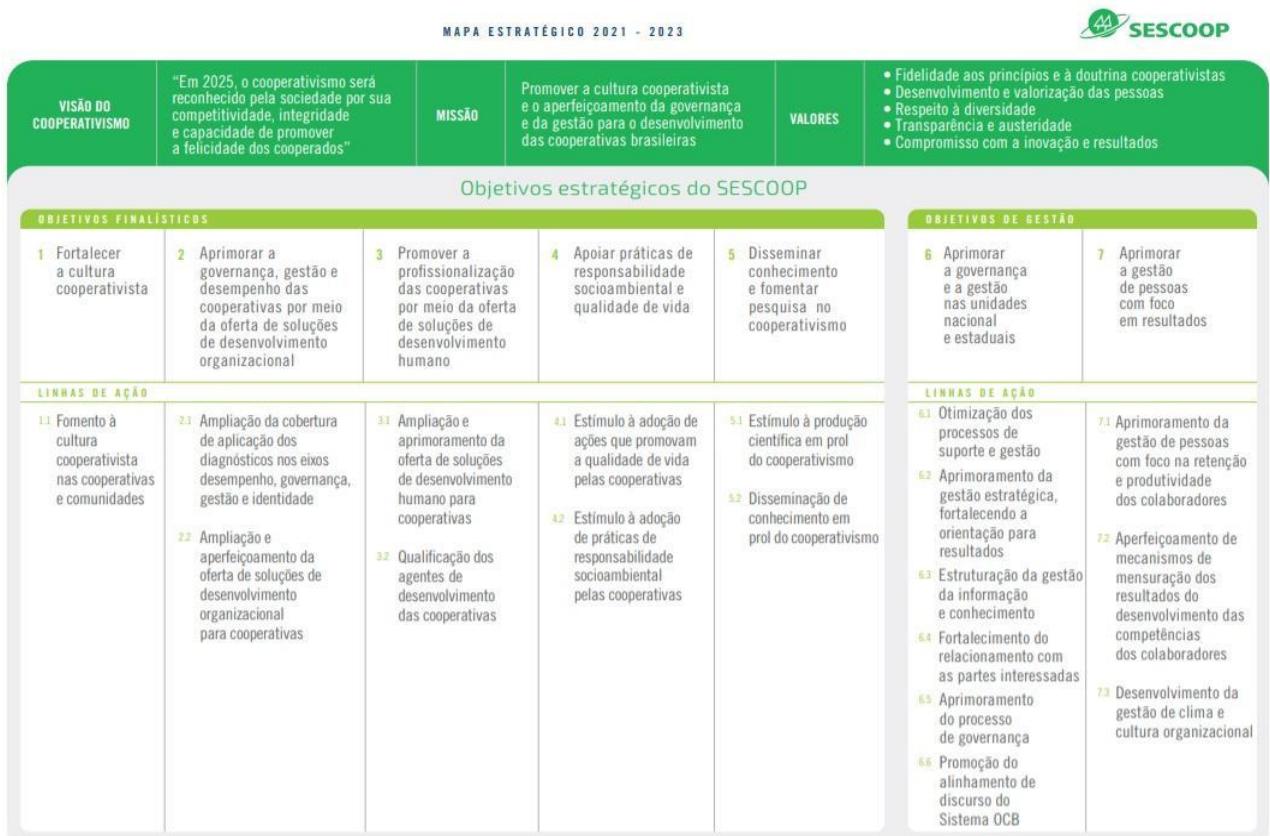


Fonte: OCB (2021)

No ano de 1998 nasceu o Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo (Sescoop). A nova instituição do Sistema “S” veio somar à OCB com o viés da educação cooperativista.

De acordo com a OCB (2014), os objetivos da SESCOOP são: organização e promoção social para os cooperados e comunidades do entorno das cooperativas; formação profissional voltada para os valores e princípios do cooperativismo e; monitoramento e orientação às cooperativas. Assim, o Brasil iniciou uma nova fase em relação ao cooperativismo. Na figura 5, é possível visualizar os objetivos estratégicos do SESCOOP.

Figura 5: Mapa estratégico SESCOOP 2021 - 2023



Fonte: OCB (2021)

2.7.5 Tipos de Cooperativas

Segundo a OCB, em 2018, iniciou o processo de reflexão sobre a reorganização dos ramos do cooperativismo. Montaram um grupo de trabalho técnico, formado por representantes indicados pela Diretoria da OCB. Depois de vários debates, foi formulada a proposta, amplamente debatida pelas Unidades Estaduais e Nacional da OCB.

Até o ano de 2019, no Brasil havia 13 ramos distintos. Segundo a OCB, em 2020, após um processo democrático e uma avaliação minuciosa dos benefícios para as cooperativas, passamos para uma estrutura de sete ramos. Essa modernização vem para garantir que o Sistema OCB fique ainda mais próximo da realidade das nossas coops, gerando cada vez mais impactos positivos tanto para as pessoas quanto para os negócios – num grande movimento de fortalecimento da economia brasileira (OCB, 2020).

Conforme Crúzio (2002), as cooperativas atuam em diversos segmentos, de acordo com as necessidades dos cooperados que a integram, também podendo ser chamados de tipos de cooperativas, ramos ou campos de ação.

De acordo com a Resolução OCB nº 56/2019 que regulamenta a classificação dos ramos do cooperativismo, agora são 7 ramos, alguns se uniram outros foram redefinidos e todos ganharam novos ícones, são eles: agropecuário; consumo; crédito; infraestrutura; saúde; trabalho; produção de bens e serviços; e transporte, conforme figura 6.

Figura 6 – Ramos cooperativistas.

RAMOS	AGROPECUÁRIO	CONSUMO	CRÉDITO	INFRAESTRUTURA	TRABALHO, PRODUÇÃO DE BENS E SERVIÇOS	SAÚDE	TRANSPORTE
NOVIDADES	Composto por: AGROPECUÁRIO + Cooperativas de alunos de escolas técnicas de produção rural	Composto por: CONSUMO + TURISMO E LAZER (consumidores) + EDUCACIONAL (pais)	Sem alterações	Composto por: INFRAESTRUTURA + HABITACIONAL	Composto por: TRABALHO + PRODUÇÃO + MINERAL + TURISMO E LAZER (profissionais) + ESPECIAL + EDUCACIONAL (professores)	Composto por: MÉDICOS + ODONTÓLOGOS + DEMAIS PROFISSIONAIS DE SAÚDE	Composto por: TRANSPORTE DE CARGAS + TRANSPORTE DE PASSAGEIROS + TRANSPORTE TURÍSTICO

Fonte: OCB (2020)

A reorganização dos ramos levou em consideração a legislação societária e específica, a regulação própria, o regime tributário, o enquadramento sindical e a quantidade das cooperativas por ramo. As quase sete mil cooperativas, agora, passam a integrar sete ramos.

Segundo a OCB (2021), são 4.868 cooperativas distribuídas em todas as unidades da federação, atuantes nos sete ramos do cooperativismo, oferecendo ao mercado e à população produtos e serviços de qualidade e com a marca coop. Esse número é referente às cooperativas com registro ativo na OCB até a data de 31/12/2020.

2.7.6 Cooperativismo no Pará

No estado do Pará, o cooperativismo vem ganhando força desde o século passado e sua trajetória acompanha a história do Brasil. Segundo Gaiger (2013), para agricultores, as cooperativas serviram décadas atrás como instrumentos coletivos de desenvolvimento econômico e de fortalecimento comunitário, mantendo-se acessíveis e próximas aos seus interesses.

Francisco (2011) informa que o cooperativismo no Estado do Pará surgiu em Belém, no ano de 1912 com a Escola de Aprendizes Artífices do Estado do Pará, antigo CEFET (Escola Técnica Federal).

No ramo agropecuário, a primeira cooperativa que surgiu foi Cooperativa Central dos Fazendeiros do Pará, fundada em 1914. De acordo com a OCB/PA, (2018), no Pará, a agropecuária é de grande importância com crescimento significativo na economia do estado, principalmente com a agricultura familiar e o extrativismo e tem no cooperativismo uma vital ferramenta de desenvolvimento do setor.

No ano de 1918, nascia a primeira cooperativa habitacional construída no Pará com o nome de Cooperativa Predial da Amazônia. Em 1927, foi fundada na cidade de Bragança, a Sociedade Cooperativa de Responsabilidade, no segmento do crédito. No segmento de consumo, foi fundada em 28 de julho de 1928, na cidade de Monte Alegre, no baixo Amazonas, a cooperativa Paschoal Villabom.

Em 1931, surge a SOCIPE relevante Sociedade Cooperativa da Indústria e Pecuária do Pará Ltda., tem como objetivo regularizar o mercado de carne verde na cidade de Belém.

A década de 1940 foi relevante para a expansão do sistema cooperativo paraense, destaque para o cooperativista Bruno de Menezes, que contribuiu com suas proposições, nesse período, através de concepções relevantes para o cooperativismo, que expunha a educação e união mútua como características central do cooperativismo e como alternativa de superação de entraves sociais.

Para Felix (2016), o cooperativismo gestado na Amazônia, especificamente no Estado do Pará, ao ser pensado pela ótica daqueles que se esforçaram para constituir um projeto que previa resultados através do esforço coletivo, como foi o caso de Bruno de Menezes, permite-nos sem exageros associar a posição do autor, como um dos principais nomes que contribuíram ao advento do sistema mutualista na região, principalmente pela apresentação de resultados concretos a sociedade paraense entre as décadas de 1940 e 1950.

Outro momento importante para a expansão do cooperativismo, foi o surgimento da primeira cooperativa de segundo grau do segmento crédito, a Cooperativa Central de Crédito do Pará, criada em 1944, além de surgimento de artigos constitucionais falando sobre o cooperativismo na constituição estadual, e que trouxe contribuição, à organização de cooperativas escolares/educacionais. Em 1958, já havia no Pará 42 Cooperativas, possibilitando ao estado posição de destaque no território nacional.

Dentro desse crescimento, evidencia-se o cooperativismo de consumo, pois na década de 50, Banco de Crédito da Amazônia (BCA) atual BASA foi de relevância histórica, pois em

seguida, na década de 60 ganha destaque o cooperativismo de produção, que teve o incentivo do BASA, em 1966, formou-se a Cooperativa Central do Pará, COCEMPA, que tinha como finalidade industrializar e comercializar a produção de grãos das cooperativas agrícolas a esta filiada. Junto com 107 outras, tiveram sua liquidação decretada pelo INCRA, em 1972 e 1973.

Em 1983, surge a cooperativa de mineração, além da propagação do cooperativismo do trabalho entre os taxistas, agrônomos, técnicos em processamento de dados, geólogos, dentistas e médicos.

No ramo da saúde, a Unimed Belém, foi a primeira cooperativa médica, fundada em 1981, em seguida, em 1986, as Unimed Sul do Pará, com sede em Marabá e a Oeste do Pará, com sede em Santarém, que teve sua expansão até o Estado do Amapá, fundando-se a Unimed Macapá. Em 1989, estas cooperativas reuniram-se, fundando a Federação das Unimed's da Amazônia Oriental.

Já na década de 1990, em 1992 a Central das Cooperativas de Economia e Crédito Mútuo do Estado do Pará Ltda. – CECRESPA, nasce para ser um marco. O cooperativismo de crédito urbano, e o cooperativismo educacional, tem representatividade na década de 90. A primeira cooperativa educacional foi fundada em 1978, em Ponta de Pedras, chamada de Cooperativa Mista de Formação de Recursos Humanos e Turístico João XXIII Ltda. Em 1992 em Belém é criada pelos funcionários do Banco do Brasil a Cooperativa Educacional Nossa Escola Ltda, assim, o Estado do Pará demonstrou-se inserido no contexto brasileiro do cooperativismo (FRANCISCO, 2011).

Diante dessa trajetória do cooperativismo no estado, percebe-se que a economia solidária é uma forma de enfrentamento dos obstáculos sociais que surgem e que busca promover o desenvolvimento local ou territorial sustentável. Na figura 7, é possível verificar os números atuais e a distribuição das cooperativas por ramos no Pará.

Figura 7: Distribuição das Cooperativas por Ramo

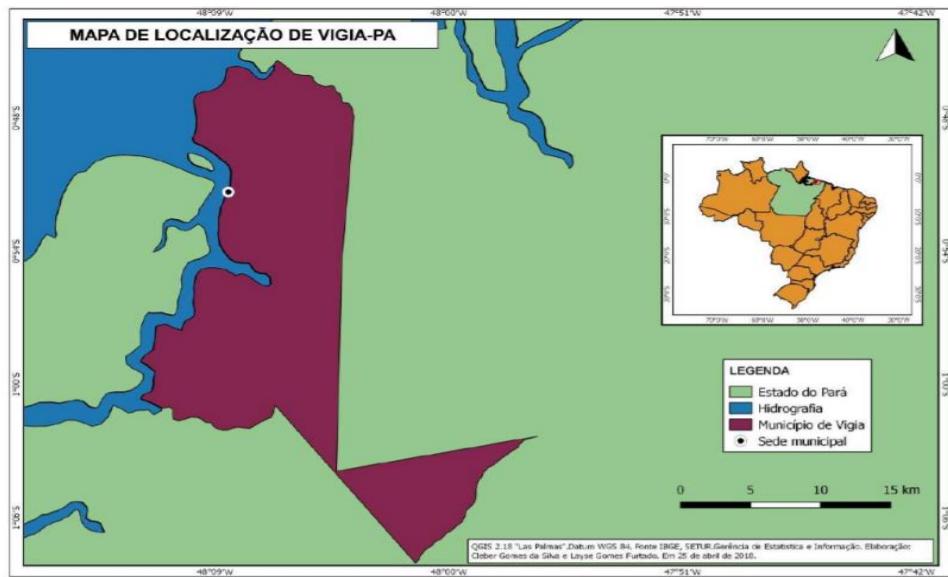


Fonte: Retirado do Relatório de Gestão 2020 – OCB Pará (2020)

2.8 O Município De Vigia

Vigia, também chamada de Vigia de Nazaré, é um município brasileiro do estado do Pará, pertencente à Zona Fisiográfica do Salgado. Localiza-se no norte brasileiro, a uma latitude 00° 51' 30" sul e longitude 48° 08' 30" oeste. Sua população estimada em 2020 é de 54.172 habitantes, distribuídos em uma área de 401,589 km² (IBGE, 2020).

Figura 8: Localização do município de Vigia



Fonte: GEIN/DPOT

O município foi criado em 6 de janeiro de 1616, seis dias antes da fundação da também paraense Belém do Pará, por Francisco Caldeira Castelo Branco durante expedição de ocupação da Capitania do Grão-Pará (do tupi-guarani, "rio do tamanho do mar", que decorre do rio Pará), situado na zona do salgado, anteriormente foi uma aldeia de índios, povoada pelos tupinambás, cujo nome era 'Uruitá'. O governo colonial transformou-a em um posto alfandegário, denominado Vigia, para fiscalizar e proteger, de contrabandistas, as embarcações que tinham como objetivo saquear Belém.

Essa iniciativa fora a causa da formação do povoado, que se elevou à Vila, em 1693. Desse modo, permaneceu até a Independência do Brasil. Em 1698, Vigia obteve a categoria de Município. Entretanto, o seu patrimônio territorial só veio a se formar em 1734, com a concessão da carta de data e sesmaria.

A partir da lei Pombalina, decretada em 1761, os jesuítas foram expulsos do Brasil e Vigia foi elevada à Paróquia secular, sendo também criado um colégio secular. Nessa época, os jesuítas fundaram o colégio São Jorge dos Álamos e os Mercedários e Carmelitas, o Colégio Madre de Deus, localizando-se anexo à Igreja de mesmo nome. Por ocasião da Revolução da Cabanagem, ocorrida em 1833, na Província do Pará, o município de Vigia sofreu depredações. Esse movimento foi contido em 1836. Posteriormente, em 1854, Vigia recebeu a jurisdição de Cidade (IBGE, 2020).

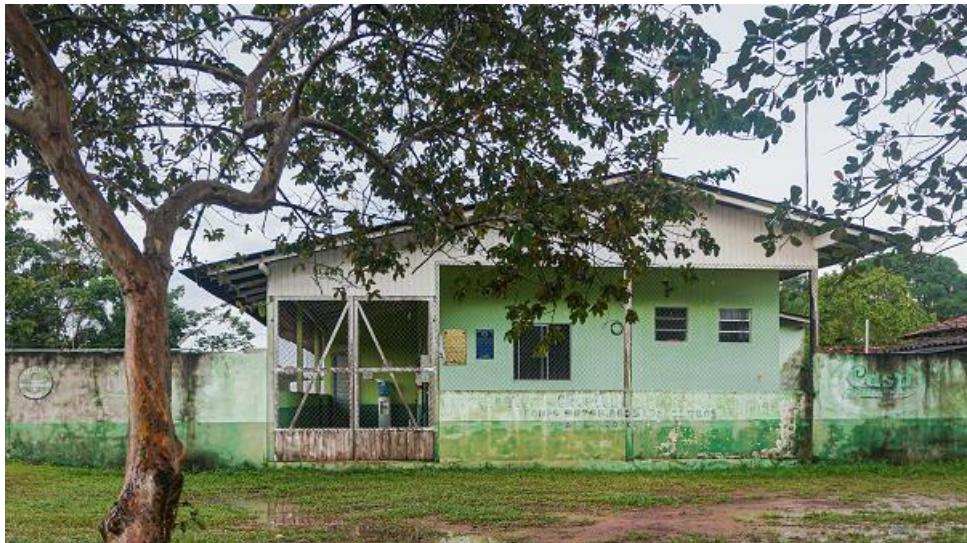
2.9 Breve Histórico Da Cooperativa CASP

No Pará, a agropecuária é de grande importância, com crescimento significativo na economia do estado, principalmente com a agricultura familiar e o extrativismo e tem no cooperativismo uma vital ferramenta de desenvolvimento do setor. Em Vigia, localizado no nordeste do Pará, o município é conhecido economicamente pela atividade pesqueira. Grande parte da produção é exportada para outros países ou regiões do Brasil, outra parte é consumida pelos próprios moradores. A atividade pesqueira é predominantemente artesanal. Além da pesca, outra atividade bastante extensiva em Vigia é a extração do caranguejo que rende “bons lucros” aos moradores e ajuda no sustento da comunidade (SILVA, 2007).

As margens da rodovia que dá acesso à cidade, muitas pessoas desenvolvem atividades comerciais informais, vendendo produtos característicos da região, como frutas, legumes, mariscos, artesanato etc. A cidade da Vigia fica localizada a 97 quilômetros da capital paraense (Belém), separada (em linha reta) por seis pequenas cidades, quais sejam: Ananindeua, Marituba, Benevides, Benfica, Santa Isabel e Santo Antônio do Tauá, além de vários pequenos vilarejos. Muitas pessoas, por necessidade, deslocam-se quase todos os dias entre estas cidades, seja para trabalhar ou em busca de outros recursos que, indisponível numa, pode ser encontrado em outras³. Geralmente as características apresentadas por estas pessoas são peculiares dos cidadãos da região do Salgado Paraense (SILVA, 2007).

A cooperativa CASP, foi constituída em Outubro de 2009, atualmente formada por 110 agricultores familiares, que são distribuídos em quatro cadeias produtivas: leite, fruticultura, olericultura e derivados de mandioca. Fornece frutas, verduras, legumes, farinha de tapioca, mandioca e derivados do leite, como o iogurte.

Figura 9: Cooperativa Casp



Fonte: Pesquisa de Campo, 2021

Inicialmente, no seu primeiro formato, a produção era para subsistência, a cooperativa era voltada para o cultivo e comercialização de laticínios, frutas e hortaliças. Em 2013, os cooperados decidiram investir na venda de iogurtes e queijos que eram feitos de maneira artesanal. Eles criaram uma pequena indústria, investiram no leite da região e começaram a produzir a sua própria linha de derivados do leite, com o desenvolvimento da cooperativa, a CASP foi ampliando sua variedade de produtos.

Atualmente cooperativa é um empreendimento que abastece as feiras locais e que atua principalmente no processamento de leite para a produção de iogurtes com diferentes sabores, queijos e manteiga. O iogurte, é o produto que tem a sua produção bastante elevada para atender as demandas de escolas de ensino básico do município de Vigia de Nazaré Pará e municípios de abrangência via Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), atualmente produz iogurtes de 6 (seis) sabores diferentes para fornecer às escolas.

Vigia, ganhou destaque pela produção de laticínios, principalmente de iogurtes e queijos, a Cooperativa Agropecuária do Salgado Paraense (Casp), é a responsável por colocar estes produtos, literalmente, na rota do município.

O empreendimento passou por vários treinamentos e adequações, teve a parceria de diversos órgãos, como da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Pará (Emater) e da Agência de Defesa Agropecuária do Estado do Pará (Adepará), através de assessoria técnica tanto para a produção da hortifruticultura quanto da produção adequada do leite, e

contribuíram para que os produtos pudessem ser legalmente comercializados, e gerassem resultados positivos que podem ser vistos agora.

Hoje, os produtos lácteos possuem adequação e são padronizados conforme a legislação. A cooperativa é um exemplo dentro da cadeia produtiva artesanal de laticínios e oferece uma mercadoria com certificação e segurança alimentar.

Atualmente são comercializados cinco sabores de iogurte (morango, banana, ameixa, abacaxi e coco), dois sabores de bebidas lácteas (morango e banana), queijo minas frescal simples e condimentado, queijo coalho e ricota.

Os produtos podem ser encontrados em Vigia, na sede da cooperativa, localizada no KM 36 da rodovia PA-140, durante a feira do produtor rural, que ocorre sempre todo o primeiro sábado do mês e no Empório Cooperativista localizado na sede do Sistema OCB/PA, onde estarão presentes também diversos produtos das cooperativas paraenses.

2.9.1 Cadeias Produtivas

A cadeia produtiva de origem vegetal da CASP está organizada conforme o quadro 2.

Quadro 2: Classificação da cadeia produtiva de origem vegetal.

Matéria Prima	Cultura	Nome Científico	Comercialização
Fruta	Banana	Musa	In natura
Fruta	Mamão	Carica papaya	In natura
Fruta	Maracujá	Passiflora edulis	In natura
Fruta	Limão	Citrus × limon	In natura
Fruta	Abacaxi	Ananas comosus	In natura
Fruta	Pupunha	Bactris gasipaes	In natura
Tubérculo	Macaxeira	Manihot esculenta	In natura
Frutosos	Pimenta de cheiro	Capsicum chinense	In natura
Frutosos	Quiabo	Abelmoschus esculentus	In natura
Frutosos	Maxixe	Cucumis anguria	In natura
Frutosos	Pepino	Cucumis sativus	In natura
Frutosos	Jerimum	<i>Brassica oleracea</i>	In natura
Hortaliças	Couve	Brassica oleracea	In natura
Hortaliças	Alface	Lactuca sativa	In natura
Hortaliças	Coentro	Coriandrum sativum	In natura
Hortaliças	Chicória	Cichorium intybus	In natura
Hortaliças	Cariru	Talinum fruticosum	In natura
Hortaliças	Cebolinha	Allium schoenoprasum	In natura
Hortaliças	Jambu	Acmella oleracea	In natura

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Quanto a cadeia produtiva de origem animal se divide em produtos derivados do leite (queijos, manteiga, iogurtes e bebidas lácteas).

2.9.2 Parcerias Institucionais

Através da Cooperativa CASP, os seus associados têm possibilidade de participar de diversas ações, eventos e parcerias, que visam fortalecer o cooperativismo e o desenvolvimento sustentável do empreendimento, abaixo estão listadas algumas instituições parceiras:

- ADEPARÁ: Assistência técnica
- CEPLAC: Parceria Técnica
- CODERSUS: Parceria técnica
- EMATER-PARÁ: Capacitações e assistência técnica
- EETEPA: Parceria técnica
- EMBRAPA: Assistência técnica;
- IFPA: Assessoria técnica e capacitação dos cooperados, filhos de cooperados e assistência técnica;
- OCB-PA: Assessoria técnica e capacitações sobre cooperativismo e comercialização
- PREFEITURA: Parceira direta na compra da produção dos agricultores via chamada pública no caso das polpas produzidas nos SAFs. E apoio nas articulações com outras instituições;
- UFRA: Assessoria técnica e capacitações dos cooperados;
- UFPA: Assessoria técnica e capacitações dos cooperados.

3 GESTÃO DAS COOPERATIVAS

O cooperativismo existe há quase dois séculos e configura-se como uma filosofia do homem na sociedade em que vive, um pensamento que tende a construir uma nova maneira de desenvolver a economia, com base no trabalho e não apenas no lucro, na ajuda mútua e não na concorrência, nos valores e necessidades humanas e não na concentração utilitária do dinheiro, e na exploração do trabalho de homens e mulheres (BÜTTENBENDER et al., 2010).

Conforme Drumond (2010), as cooperativas se desenvolvem por meio da união de

pessoas com objetivos comuns, que fixam entre si um acordo de colaboração recíproca. Assim, o cooperativismo é focado na união de pessoas e não no capital, e leva em consideração as demandas do grupo como um todo e não as demandas do lucro e o benefício individual (OCB, 2008).

Atualmente, o cooperativismo atua na produção e distribuição de mercadorias, agropecuária, consumo, crédito, transporte, educação, bancos, seguros, habitação, pesca e toda ordem de serviços. É aceito por todos os governos, não encontrando nenhuma barreira ideológica, pois, inegavelmente, contribui para o desenvolvimento de todos os países (SOUZA et al., 2007).

Singer (2002), afirma que o cooperativismo é direcionado por princípios que o diferenciam das demais organizações empresariais. A cooperativa de Rochdale, em 1844, apresentou de início, os princípios que continham os valores fundamentais que embasaram a criação da organização cooperativa. Para o autor, o bom êxito observado na cooperativa de Rochdale proporcionou um avanço muito significativo para o cooperativismo no mundo todo, demonstrando um aumento considerável no número de associados.

Pacheco et. al (2008), afirma que os valores do cooperativismo no mundo, se fundam a partir da solidariedade, igualdade, democracia, equidade e auto-responsabilidade, sendo esses, os padrões de conduta dos associados e das decisões a serem tomadas na organização.

Desse modo, devido a importância dos princípios cooperativistas para a organização da cooperativa e, consequentemente, para a gestão, Drumond (2010) afirma que estes guiam o comportamento dos cooperados e a rotina dos mesmos, e que a partir disso, os princípios tornam-se realidade na cooperativa e passam a desempenhar papel relevante de demonstrar ao gestor e seus cooperados, o que é importante na organização, o que deve ser priorizado e considerado para a tomada de decisão.

Dentre os princípios acima relatados, um deles merece atenção nesse estudo, a saber: “princípio de gestão democrática”. Cançado e Gontijo (2004), tratam das especificidades desse princípio, ao afirmar:

O princípio da Gestão Democrática trata da participação e gestão destas organizações. Os associados devem participar ativamente, reunidos em assembleia, onde irão discutir e votar as políticas, objetivos e metas de trabalho. Nas assembleias, os cooperados devem, também, eleger e serem eleitos como representantes que irão administrar a sociedade, cada pessoa tendo direito a um voto independente da quantidade de quotas-partes integralizadas (CANÇADO; GONTIJO, 2004, p. 8).

O associado deve participar dos processos de tomada de decisão por meio de assembleias, de eleição de seus dirigentes ou na definição de metas de atuação da cooperativa. Assim, esse

princípio não se baseia apenas na atribuição de poder de voto a cada membro, independente do capital que este possui, mas, principalmente, por meio do envolvimento do cooperado nas atividades e decisões da cooperativa (DRUMOND, 2010).

Com base na gestão das cooperativas, Araújo e Silva (2011), declaram que em organizações cooperativas os cooperados são os beneficiários e os prestadores de serviços, demonstrando o controle democrático. O autor conclui que essa é a maior diferença entre empresas comerciais e as cooperativas, pois no processo de decisão das cooperativas, todos os associados têm direito a um voto e o controle é exercido pelas pessoas, enquanto nas empresas comerciais, cada sócio tem seu voto de acordo com o capital que possui e o controle é exercido por meio do mesmo.

De acordo com Cançado e Gontijo (2004), o princípio da “gestão democrática” está presente nas cooperativas desde seu início, e até os dias atuais, é notável. Sendo assim, a participação dos associados na tomada de decisão é a essência da gestão de cooperativas, assim como a autogestão era a forma de gestão presente nos princípios cooperativistas.

Para Singer (2002), a autogestão exige dos sócios que todos busquem informação e medidas para resolver qualquer problema que ocorra na cooperativa. Assim, além de cumprir com as obrigações de cada função, estes devem se preocupar com a organização como um todo.

Dada essa importância da participação dos cooperados, Sapovicis e Souza (2004) ressaltam que a autogestão é tida pelos associados como a administração da empresa, por eles mesmos, e como uma forma democrática de tomar as decisões nas assembleias.

Dessa maneira, o associado tem uma função social e política, uma vez que compartilha, além do capital intermediado, as deliberações das decisões, tornando a participação um fator essencial para a sobrevivência e exigência da cooperativa (SAPOVICIS; SOUZA, 2004).

Com base nisso, a Constituição promulgada em 1988 definiu uma importante conquista do movimento cooperativista – a autogestão, tendo em vista a importância, esse é o tipo de gestão que mais se aproxima das cooperativas. A partir disso, o Estado não pode interferir no sistema cooperativista, a não ser para prestar apoio técnico ou financeiro e para legislar sobre o setor. Sendo assim, os próprios associados, legítimos líderes e representantes das cooperativas, têm total responsabilidade pela gestão e fiscalização dessas entidades.

Legalmente, as cooperativas têm liberdade para organizar suas atividades desde que observem os princípios e valores que norteiam suas finalidades sociais e econômicas, bem como a legislação vigente.

A autogestão é o modelo de gestão que deve ser utilizado em uma verdadeira cooperativa. A autonomia de uma conquista que exige conscientização, responsabilidade, planejamento,

controle, reciprocidade e transparência (Farias; Gil, 2013).

Ainda assim, é importante ressaltar o estudo sobre gestão de cooperativas, a abordagem de três dimensões estruturais que Paes de Paula (2005), elencou como fundamentais para a construção da gestão pública democrática, e as utiliza para a gestão de cooperativas. As dimensões são: econômico-financeira, institucional-administrativa e sociopolítica.

De acordo com Paes de Paula (2005), a dimensão econômico-financeira configura-se no âmbito das finanças e investimentos, em que questões de natureza tributária, monetária e fiscal são discutidas; a dimensão institucional-administrativa aborda problemas da organização, como planejamento, profissionalização das funções e direção e controle; e a terceira dimensão refere-se a direitos, participações e questões pertencentes ao processo decisório da organização.

A autora conclui que mesmo que a gestão de cooperativas apresente um tipo específico de gestão, essas organizações carregam peculiaridades presentes em diversos modelos, tanto das empresas mercantis quanto das públicas. Mesmo que essas três dimensões sejam importantes para o desenvolvimento de uma organização, o paradigma de gestão aceito pelos associados poderá fazer com que uma delas ganhe certa notoriedade, e com isso, quando uma cooperativa apresenta como dimensão dominante a econômico-financeira, esta apresenta um enfoque de heterogestão (racionalidade instrumental).

Zwick (2011), diz que a dimensão institucional administrativa está relacionada ao modelo de autogestão, que busca a participação de todos os cooperados no processo decisório e a dimensão sociopolítica possui maior aproximação com a gestão social.

Por fim, para se garantir que ocorra de fato autogestão em uma cooperativa é preciso que se valorize a educação cooperativa, busca de entendimento compartilhado entre todos e que ocorra o diálogo dos associados no processo de tomada das decisões, assim como a divisão das responsabilidades pelas decisões tomadas (Farias; Gil, 2013).

3.1 A era da tecnologia, informação e conhecimento na gestão das cooperativas

A chamada globalização atinge a humanidade e traz grandes repercussões no campo econômico, social e cultural, algumas consequências dessas ações ainda são desconhecidas, mas é certo que é preciso saber gerir esses fluxos de informações e conhecimentos.

Segundo Sales (2010), na era da tecnologia, do conhecimento e da informação, os empreendimentos cooperativos, sob pena de não sobreviver, têm obrigatoriamente que apresentar resultado econômico para cumprir sua função social com eficácia.

Esse movimento de globalização na economia mundial, afeta consumidores, empresas, os movimentos coletivos como as cooperativas e diante dessas transformações que o mundo vem sofrendo, vale refletir como a doutrina do cooperativismo pode reagir diante dessa nova sociedade, e principalmente aos novos modelos de organização produtiva que sofreram impactos e evoluíram diante das novas Tecnologias e Informação e Comunicação (TIC), provocando mudanças na vida e no comportamento das pessoas e nas empresas.

Diante dessas mudanças, para Sales (2010), com a globalização das atividades econômicas, seja qual for a atividade da empresa, é preciso demonstrar muita eficácia administrativa.

Para (BIALOSKORSKI NETO *apud* ODRIGUES, 2006) o cooperativismo mundial vem enfrentando profundas modificações. O líder cooperativista mais eficiente, tradicional até então, era aquele capaz de interpretar as aspirações de sua base e transformá-la em proposta. Tal interpretação sempre foi feita através de consulta aos cooperados. Com a globalização econômica, não dá mais tempo de fazer isso: as oportunidades passam muito rapidamente. Portanto, o novo líder tem que ser muito mais ágil em suas decisões, sem perder a condição democrática delas.

O que se pode concluir neste momento, diante desses fatos, é que pessoas e empresas para se manterem no mercado, precisam se aprimorar constantemente. Com o movimento cooperativista não será diferente, será necessário avaliar como o modelo da organização atual das cooperativas pode melhor reagir frente às novas tendências de mercado e inovação e tecnologia.

Com relação as estratégias para esses fatos, Sales (2010), já dizia que a capacitação dos executivos e profissionais, bem como dos cooperados, vem se tornando premissa básica para que os resultados sejam alcançados; é importante que os líderes cooperativistas percebam esta nova realidade, mas que não percam de vista os cooperados.

Complementando, Sales (2010) diz que o estabelecimento de vantagens competitivas por parte de cooperativas tem sido o apelo da economia social, que se bem explorada pode se tornar uma grande vantagem em relação às empresas mercantis.

3.2 Cooperativismo Digital: um diferencial competitivo

Dante da pandemia do novo coronavírus, todos sentimos a crise pela sobrevivência, em muitos momentos foi importante entender que ser cooperativo é fundamental. A história do cooperativismo se relaciona ao atual momento da humanidade.

Quando o movimento cooperativista começou na Europa, trabalhadores buscaram melhores condições, quando perceberam que podiam fazer compras em larga escala para conseguir preços melhores e dividiam igualmente entre todos os cooperados.

Atualmente, empresas e pessoas estão encontrando soluções cooperativas para ultrapassar as barreiras da crise. As cooperativas buscam oferecer produtos e serviços acessíveis, para facilitar as vendas dos cooperados, contribuindo para o desenvolvimento dos associados. Por isso, nos últimos anos, o número de negócios baseados na economia do compartilhamento vem aumentando.

Nesse sentido, as chamadas cooperativas de plataforma, são um movimento importante no contexto do cooperativismo. O termo foi popularizado em 2014 pelo professor e ativista Trebor Scholz, da The New School, nos Estados Unidos.

Botsman e Rogers (2011) colocam que são plataformas onde as pessoas ou organizações oferecem e compartilham recursos de forma criativa e em novos formatos. Belk (2013) e Botsman e Rogers (2011) enfatizam que o advento da disseminação de aplicações suportadas pela Internet gera variadas e novas formas de expressar nossa identidade e personalidade, mesmo quando não possuímos algo efetivo para compartilhar

Os ativistas da *internet*, do cooperativismo e dos acadêmicos têm defendido a democratização da governança das plataformas como meio de criar uma economia compartilhada mais sustentável (SCHOLZ, 2016; SCHOR, 2014; ARTHUR, 2015; McLAREN; AGYEMAN, 2013).

Dessa forma também, Schneider (2018), analisa pelo ponto de vista do movimento cooperativista onde os temas se inter-relacionam, coloca que as economias cooperativas existem desde que se sabe que existem economias humanas em geral, porém, em paralelo com o capitalismo industrial, elas formaram um setor distinto e transnacional, com valores em comum e práticas de negócios específicos. Desde negócios locais de alimentos, cooperativas habitacionais, serviços de energia, o setor gera mais de \$2,2 trilhões de dólares no mundo, geralmente atendendo necessidades que as empresas baseadas em investidores e ações não atendem. É uma parte da economia global amplamente confiável, mas pouco destacada como economia compartilhada, antes do Vale do Silício adotar o termo.

Com intuito de aprofundar sobre o conceito de cooperativismo digital, vale exemplificar, que em um ambiente cooperativo tradicional, as pessoas se unem para atingir escala e novos mercados, agricultores que poderiam ser independentes e concorrentes vendem juntos e estocam produtos em uma mesma cooperativa, por exemplo. Quando pensamos em cooperativismo digital, a situação não muda.

De acordo com Frederico (2021), no cooperativismo digital, trabalhadores ou mesmo uma união de cooperativas podem unir esforços para melhorar o ambiente de negócios, podem negociar tecnologias como e-commerce, softwares e produtos que, sozinhos jamais conseguiram, através de parcerias com universidades e startups para desenvolverem soluções conjuntas, negociar soluções de educação à distância para ampliar o conhecimento de cooperados e colaboradores, ou ainda criar uma unidade de ensino cooperativa e reduzir custos de fornecedores ao dividirem, por exemplo, as despesas de um sistema logístico de entregas inteligente.

Ainda que muitos modelos de negócios cooperativos tradicionais estejam quase totalmente ausentes das plataformas digitais, mudanças tecnológicas estão ocorrendo a todo momento, antes a internet era um campo opcional de atividade, hoje a realidade mudou e está se tornando cada dia mais difícil garantir subsistência de um negócio que não participe desse movimento online da internet.

Com isso, o cooperativismo de plataforma tem sido determinante para a sobrevivência de diversos negócios, empresas que não tinham capacidade de fazer vendas online e não avançaram tecnologicamente, estão revendo suas estratégias e apesar de desafiador, desenvolver a inovação é recompensador.

4 METODOLOGIA

Ao se elaborar uma pesquisa, procura-se mapear um método, a ser seguido durante a investigação, para que seja possível alcançar os objetivos pretendidos. Para Gil (2008), pode-se definir o método como caminho para se chegar a determinado fim. E método científico como o conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos adotados para se atingir o conhecimento.

Demo (2000, p. 11), define que metodologia “significa, na origem do termo, estudo dos caminhos, dos instrumentos usados para se fazer ciência”. Para Fonseca (2002), methodos significa organização, e logos, estudo sistemático, pesquisa, investigação; ou seja, metodologia é o estudo da organização, dos caminhos a serem percorridos, para se realizar uma pesquisa ou um estudo, ou para se fazer ciência.

Sendo assim, serão apresentados neste tópico, os métodos utilizados para o desenvolvimento do trabalho.

4.1 Delineamento da Pesquisa

O presente trabalho tem como objetivo desenvolver um *website* baseado na ferramenta CMS, desenvolvido através de um estudo de caso da Cooperativa CASP. Inicialmente foi realizada uma pesquisa bibliográfica, com intuito de levantar um conhecimento sobre o que tem disponível referente ao que foi pesquisado.

A cooperativa CASP foi escolhida, por ser um empreendimento que está sempre buscando inovar diante do mercado competitivo da região e procura sempre parcerias que possam agregar valor. Atualmente é uma cooperativa que tem um crescimento exponencial e é destaque na produção de leite na região do Salgado Paraense, com produtos lácteos bem aceitos no mercado. A CASP possui um website, porém desatualizado e pouco acessível e sem canal de comercialização dos seus produtos, diante desses fatores, busca-se novas estratégias de vendas através desse novo site mais atrativo, com visual limpo e amigável, além disso um canal de comunicação e comercialização dos produtos através de pedido online e que agregue valor à marca, um maior vínculo com os clientes antigos e a busca por novos.

Após diálogos com a cooperativa e constatação de que a cooperativa pode alcançar novos consumidores e maior divulgação de seus produtos, chegou-se à conclusão de que a melhor forma de divulgação das informações sobre os produtos da cooperativa, com baixo custo e que atingisse maior parte do público-alvo, seria a criação de um novo *website*. Além de que recebesse solicitação de orçamentos dos clientes, através de um formulário que fosse preenchido diretamente no website e enviado para o e-mail da cooperativa e também que houvesse um canal de comercialização de vendas de produtos lácteos através de uma solicitação de pedido online. Para isto, era essencial que fosse um website informacional, fácil navegação, contendo todas as informações necessárias para que o cliente pudesse conhecer mais sobre a cooperativa.

Gil (2008) argumenta que o estudo de caso é caracterizado por um estudo exaustivo e aprofundado de um ou poucos objetos, permitindo conhecimento amplo e específico do objeto pesquisado.

Esta pesquisa terá um aspecto metodológico com abordagem qualitativa, com intuito de buscar análises e percepções do estudo feito. De acordo com (GIL, 1999; CERVO; BERVIAN, 2002) na abordagem qualitativa busca-se compreender, com base em dados qualificáveis, a realidade de determinados fenômenos, a partir da percepção dos diversos atores sociais. Para Minayo, (2012) o verbo principal da análise qualitativa é compreender. Compreender é exercer a capacidade de se colocar no lugar do outro, tendo em vista que, como seres humanos, temos

condições de exercitar esse entendimento.

E quanto ao objetivo, será uma pesquisa caracterizada como descritiva. Conforme (GIL, 1999; CERVO; BERVIAN, 2002) nas pesquisas descritivas, normalmente, os pesquisadores possuem um vasto conhecimento do objeto de estudo, em virtude dos resultados gerados por outras pesquisas.

4.2 Técnicas de Pesquisa e levantamento de dados.

Durante a coleta de dados, diferentes técnicas podem ser utilizadas, a primeira utilizada neste trabalho foi o levantamento bibliográfico análise documental da cooperativa, que forneceu as informações necessárias para que fosse possível ter uma visão geral e consistente da organização. Para Lakatos & Marconi (2001) as técnicas de coleta de dados são um conjunto de regras ou processos utilizados por uma ciência, ou seja, corresponde à parte prática da coleta de dados. Ainda com Lakatos & Marconi (2001) quanto a pesquisa documental, a coleta de dados é em fontes primárias, como documentos escritos ou não, pertencentes a arquivos públicos; arquivos particulares de instituições e domicílios, e fontes estatísticas.

Outra técnica utilizada para a coleta de informações foi a entrevista com as pessoas diretamente envolvidas com as atividades da cooperativa, como o presidente e os cooperados. Segundo Cervo & Bervian (2002), a entrevista é uma das principais técnicas de coleta de dados e pode ser definida como conversa realizada face a face pelo pesquisador junto ao entrevistado, seguindo um método para se obter informações sobre determinado assunto.

4.2.1 Entrevistas

As entrevistas foram feitas com o Presidente da CASP, Sr. Antônio Alcoforado e com os cooperados, com o intuito de compreender a necessidade de ter um site, quais os requisitos da cooperativa para o desenvolvimento do website, público-alvo, conteúdos, funcionalidades, estrutura e design. De acordo com Gil (1999), a entrevista é uma das técnicas de coleta de dados mais utilizadas nas pesquisas sociais. Esta técnica de coleta de dados é bastante adequada para a obtenção de informações acerca do que as pessoas sabem, crêem, esperam e desejam, assim como suas razões para cada resposta.

As entrevistas foram feitas de forma semiestruturada, possibilitou abrir espaço para que entrevistador e entrevistado pudessem fazer outras perguntas, favorecendo a interação social e contribuiu para que pudesse obter mais informações das pessoas entrevistadas.

Figura 10: Reunião na Cooperativa CASP



Fonte: Pesquisa de Campo, 2020.

Figura 11: Entrevista com o Sr. Antonio Alcoforado, Presidente da Cooperativa CASP



Fonte: Pesquisa de Campo, 2021.

Figura 12: Reunião para implantação do website



Fonte: Pesquisa de Campo, 2021.

A entrevista, conteve 12 (doze) questões, conforme apêndice C, para coletar informações

sobre produtos comercializados, categorias dos produtos, formas de pagamento, marca da cooperativa, missão/valores e público alvo e com espaço para qualquer informação adicional. Vale ressaltar, que parte desta pesquisa foi realizada durante a pandemia do novo coronavírus e foram seguidos todos os protocolos determinados pela vigilância sanitária.

4.2.2 Etapas de planejamento e desenvolvimento do Website

O projeto é a fase do processo de software na qual os requisitos, as necessidades do negócio e as considerações técnicas se juntam na formulação de um produto ou sistema de software (PRESSMAN, 2006).

Um processo de desenvolvimento de software pode ser visto como um conjunto de atividades organizadas, usadas para definir, desenvolver, testar e manter um software, com objetivo de definir das atividades a serem executadas, quando determinada atividade deve ser executada, pessoa ou grupo a executar tais atividades, padronização no processo de desenvolvimento, essas etapas podem variar de caso para caso, no processo de desenvolvimento deste projeto está relacionado às seguintes etapas:

- Visão geral
- Análise das necessidades da cooperativa
- Desenvolvimento e Implementação
- Publicação
- Atualização

4.2.2.1 Visão Geral

No mundo com cenário tão competitivo é indiscutível a importância de uma ferramenta na internet, especialmente em função do seu papel estratégico como instrumento de potencialização dos negócios, através do marketing, mantendo as pessoas informadas sobre todos os produtos que possam necessitar.

Por isso, será desenvolvido um website objetivo e dinâmico, por meio do uso da tecnologia CMS que utiliza padrão responsivo e que facilitará a personalização da ferramenta, além de possibilitar a isenção de custos para o desenvolvimento do website institucional da cooperativa.

O CMS será a estrutura para o desenvolvimento da base da plataforma. Serão instalados os plugins e templates que fornecerão todos os recursos de otimização para criar o website e

algumas funcionalidades, nos próximos tópicos serão especificados as características das tecnologias utilizadas.

4.2.2.2 Levantamento das necessidades da cooperativa

Uma boa execução dessa fase de projeto determinará o sucesso ou não do projeto todo e, portanto, é a fase mais importante para o negócio. Nesse momento deverão ser levantados e documentados todos os problemas, as solicitações da cooperativa e as regras de negócio existentes. Existem diversas formas de se realizar este levantamento e as mais comuns são: workshops, brainstorming, entrevistas, questionários e formação de um grupo focal.

Em se tratando da coleta de dados na cooperativa CASP, abordamos a técnica de pesquisa de ação. Segundo Thiolent (2007), a pesquisa-ação necessita atender dois propósitos básicos: o prático e o do conhecimento. Entende-se o primeiro como a contribuição da pesquisa na solução do problema em questão e o segundo como o conhecimento gerado a partir da solução do problema.

Foram realizadas entrevistas profundas, observações e registro do contexto histórico da cooperativa e de vida dos cooperados durante as visitas, registros fotográficos, a fim de promover a identificação dos processos da cooperativa e das ferramentas tecnológicas adotadas e as dificuldades da cooperativa em divulgar informações e comercialização de produtos através de uma ferramenta web. Além de entender as necessidades de um site, foi possível perceber qual era o público alvo, levantar os conteúdos, funcionalidades, estrutura e design.

Da análise da entrevista podemos concluir que realmente a criação de um site é a solução para a resolução do problema existente, que é a dificuldade em divulgar as informações institucionais para o público alvo e associados além de criar um canal de comercialização dos produtos. Para isso, para que o site seja útil, os conteúdos devem estar atualizados, deve-se reunir as principais características e elementos que devem constar na parte visual e operacional do *website*, deve ser acessível, fácil de usar e navegar. No apêndice D, contém uma entrevista com 12 (doze) questões, que foi realizada para coletar essas informações citadas anteriormente e qualquer informação relacionada ao que a cooperativa almeja com essa nova ferramenta.

De acordo com Lima (2002), os *websites* institucionais têm o objetivo de divulgar os produtos e serviços de uma organização, empresa, ou indivíduo, normalmente contendo páginas organizadas conforme a estrutura organizacional.

O website deve possibilitar um ambiente com informações relevantes e objetivas. Segundo Schmitt e Oliveira (2009) geralmente o visitante no momento de acesso ao *website*,

tem poucos segundos para definir se vai ficar ou sair dele.

O website aqui proposto, apresenta de forma clara as principais informações da cooperativa, com elementos visuais limpos e alinhados, sendo assim, os conteúdos indicados pela cooperativa para constar no website são:

- Logo da empresa: Logo da organização em destaque no topo da página;
- Barra de Menu: com acessos simplificados e detalhados nas abas;
- Campo de pesquisa: pesquisa por temas e palavras chaves do site;
- Banners: intuitivos com informações recentes, novidades e destaques da cooperativa através de imagens;
- Apresentação da cooperativa: Texto e imagens de apresentação da cooperativa, falando de forma simplificada a sua história, características e diferenciais.;
- Apresentação dos produtos: Descrição técnica dos produtos oferecidos;
- Comercialização de produtos: formulário para solicitação de pedidos e orçamentos;
- Dados de contato: principais meios de contato da cooperativa, destacando localização, telefone, e-mail e outros;
- Redes sociais: ícones de integração a redes sociais da organização.

4.2.2.3 Escolha do Domínio

Ainda nesta etapa, foi definido o domínio e a hospedagem do novo website. O domínio é o nome do site, ele é composto pelo nome que faz referência ao empreendimento e pela extensão. Como a cooperativa já possui um domínio, para facilitar a divulgação e a tradição do nome, permaneceu o mesmo endereço e mesma extensão .coop.br, desta forma ficou (casp.coop.br). Importante ter um domínio de fácil compreensão, pois isto contribui para uma maior acessibilidade ao website, por isso mantemos o mesmo que a cooperativa já utilizava anteriormente.

4.2.2.4 Escolha da tecnologia CMS

Para a construção do site existem inúmeros programas- livre ou proprietário, de forma alguma podemos afirmar que um sistema é melhor que o outro, pois é necessário entender suas diferenças e para qual aplicação será adotada.

Para a escolha de um sistema gerenciador de conteúdo, deve-se compreender qual o principal objetivo que se deseja com o seu uso, cada uma dessas tecnologias possui características próprias, usabilidade diferente e objetivos. Assim sendo, para uma melhor escolha, foram feitas análises dos critérios para a escolha do CMS que será utilizado para construir a ferramenta proposta neste trabalho. No quadro 3, foi elaborado um conjunto de características e informações mais relevantes entre duas soluções que existem no mercado: Wordpress e Joomla.

Quadro 3: Características do Wordpress e Joomla

TECNOLOGIA		
Desenvolvedor	M. Mullenweg, R. Boren, D. Caoimh	OSM Development Team
Plataforma	Software Livre	Software Livre
Início do Projeto	2003	2005
Escrito em	PHP	GNU/GPL
Sistema Op.	Multiplataforma	Web, independente de SO
Licença	GPL versão 2	GNU/GPL
Página Oficial	http://wordpress.org/	http://Joomla.org/
Aplicação	Blog/Websites	Comunidade/Websites

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Segundo Moreno (2012), ambos se sobrepõem em várias áreas e podem ser estendidos para além do seu propósito original, graças ao uso de várias extensões disponibilizadas gratuitamente na internet. Ambos têm uma comunidade com muitos utilizadores, onde se podem partilhar dicas, truques e até tirar dúvidas. Enquanto o Wordpress tem uma grande comunidade de programadores voluntários, o Joomla tem profissionais especializados. No Wordpress, a estrutura de navegação é determinada pelo modelo escolhido, mudar essa estrutura requer o conhecimento da linguagem de script e CSS, no Joomla, não existe este problema, porque os menus são controlados através do painel de controle.

Devido às necessidades da CASP e facilidade de operacionalização, optou-se por um programa livre, simples e com facilidade de uso de configuração e manutenção. Depois das análises feitas, o CMS escolhido para o projeto foi o Wordpress.

Depois da escolha da ferramenta CMS WordPress e de apresentar as metodologias propostas, no tópico a seguir será exibido a parte do desenvolvimento do website.

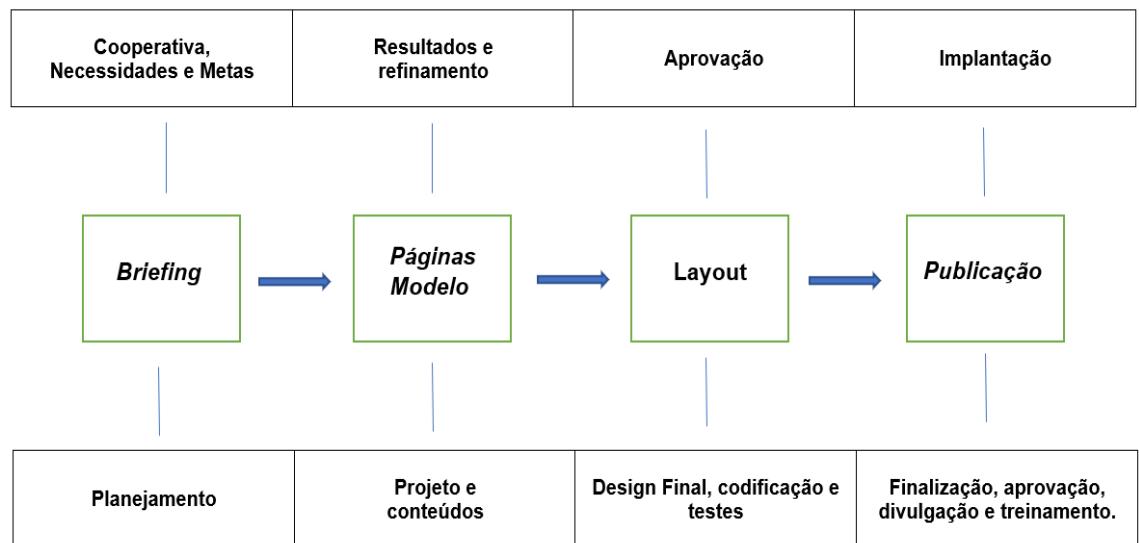
4.2.2.5 Desenvolvimento da ferramenta web/website

Inicia-se o processo de desenvolvimento, onde devem ser configurados os bancos de dados e scripts. O website criado tem objetivo de funcionar através de suas páginas como um canal de relacionamento junto aos seus consumidores, com as ações e informações da cooperativa e comercialização dos seus produtos.

Para prosseguir com o desenvolvimento do *website*, foi adotado o método de desenvolvimento do projeto através de um fluxo. Segundo MUNARI (IBID., p.10), "o método de projeto não é mais que uma série de operações necessárias, dispostas em ordem lógica, ditada pela experiência. Seu objetivo é o de atingir o melhor resultado com o menor esforço."

A cada etapa finalizada ocorria análise através de reuniões designadas para aprovação, o fluxo de trabalho pode ser visto na figura 13.

Figura 13: Fluxo de trabalho para desenvolvimento do website



Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Na primeira fase denominada de briefing, foi feita a descrição dos objetivos do projeto, buscou-se analisar como funciona a cooperativa, quais os produtos comercializados, ramos de atuação e informações que fossem destacar o diferencial do empreendimento.

Na fase de criação de páginas modelo, foi definido o mapeamento dos conteúdos, o

público que será atingido, junto com a cooperativa foi definido a estrutura do site, simples e objetiva, essa é uma parte importante, os conteúdos e menus devem estar claros e devidamente organizados. Segundo Costa (2007), o site deve ser estruturado e desenhado de forma a facilitar o acesso a todas as áreas de primeiro nível bem como secundárias, deve ter um visual e navegação fácil, coerente e persistente.

De acordo com as informações levantadas nas entrevistas e o que foi pesquisado, ficou definida a estrutura do site de acordo com os itens abaixo:

- Início
- Cooperativismo
 - O que é cooperativismo?
 - História
 - Ramos do cooperativismo
- Quem somos
- Loja virtual
 - Laticínio
 - Hotifruti
- Agenda cooperativista
- Notícias
- Contato

Além dessas informações, foi feito o levantamento de imagens e produção de novos conteúdos visuais, com imagens ilustrativas com autorização prévia, por meio da assinatura do Termo de autorização para uso de sons e imagens, conforme apêndice B.

Também foi criada a paleta de cores e fontes do website, conforme a figura 14.

Figura 14: Paleta de cores



Fonte: Elaborado pela autora (2020)

A paleta de cores foi planejada de acordo com as cores da logo padrão da cooperativa CASP. Também foi definido, as fontes utilizadas no website, para título, subtítulo e outros textos.

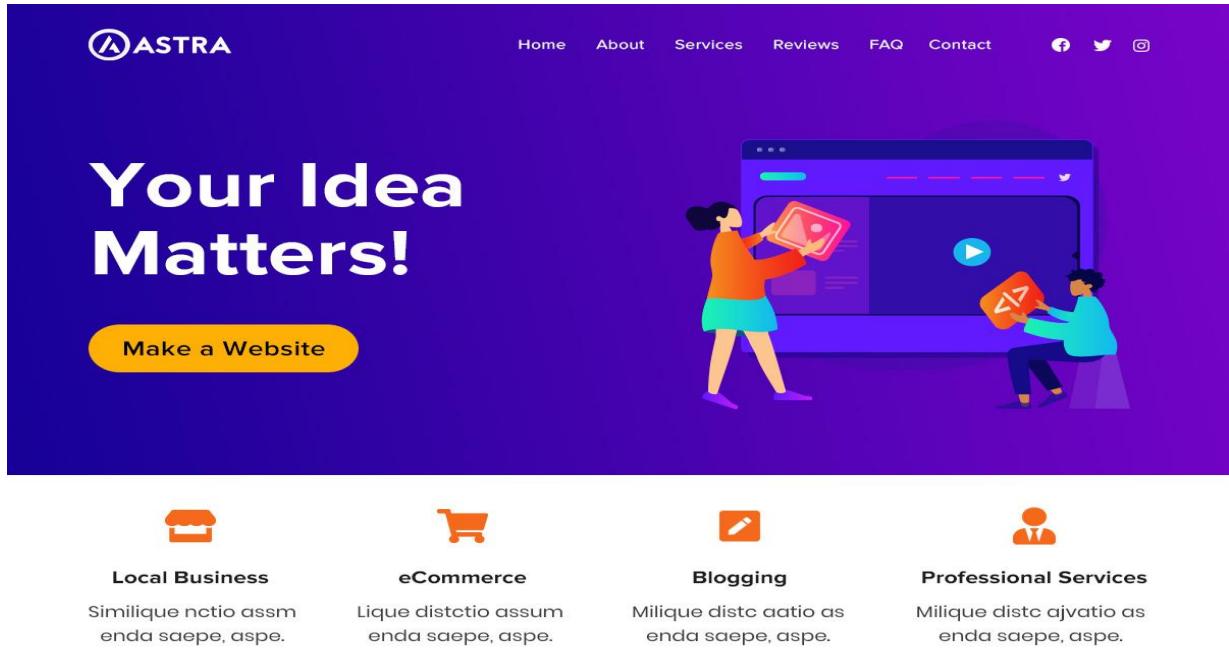
Na fase de apresentação do layout, é feita uma representação das partes mais relevantes do novo site produzindo a parte visual do site. Na instalação padrão do Wordpress, estão disponíveis vários temas prontos e de forma gratuita. O módulo acessa uma pasta exclusiva de *templates* da galeria do WordPress contendo centenas de modernos modelos adaptados às necessidades e tem soluções ideias para modelos comerciais voltados para cada necessidade ou qualquer projeto institucional.

Mas, de acordo com as necessidades da cooperativa, foi escolhido um template chamado Astra, ele é simples e expansível, foi possível editar seções quando necessário e personalizar o layout de acordo com os requisitos do projeto, depois de várias pesquisas, percebe-se que é um tema base ideal e totalmente personalizável.

O Astra é um tema WordPress rápido, bonito, adequado para blog, portfólio pessoal, site de negócios e loja da WooCommerce. É muito leve (menos de 50 KB na interface) e oferece velocidade incomparável. Construído com o SEO em mente, o Astra vem com o código Schema.org integrado e está pronto para o AMP nativo, para que os mecanismos de pesquisa amem o site. Oferece recursos e modelos especiais para que funcione perfeitamente com todos os construtores de páginas, como Elementor, Beaver Builder, Visual Composer, SiteOrigin, Divi, etc. Alguns dos outros recursos: pronto para WooCommerce, responsivo, RTL e pronto para tradução, extensível com complementos premium, atualizado regularmente, design, desenvolvido, mantido e suportado pela Brainstorm Force (WORDPRESS, 2021).

Na Figura 15 é possível visualizar a estrutura do template Astra carregado no módulo de implementação do projeto.

Figura 15: Template Astra usado para o layout do website



Fonte: Retirado do ambiente de implementação do wordpress.

4.2.2.6 Implementação

Este *website* utiliza um *template* em sua estrutura principal com diversas funcionalidades e efeitos, foi implementado para ter um layout exclusivo, o uso das linguagens de marcação e apresentação HTML para estruturar as páginas web, e a linguagem CSS para estilizar e modelar a apresentação dessas páginas. Assim o *website* utiliza padrões de design responsivos, permitindo o acesso dos principais dispositivos eletrônicos utilizados na atualidade.

Conforme falado anteriormente, a plataforma por sua vez, possui como ferramenta de desenvolvimento o gerenciador de conteúdo WordPress com um painel de controle dinâmico. Nele possibilita-se acessar o *template*, *plugins* e temas utilizados no projeto em tempo real através das credenciais de acesso do administrador da plataforma.

Para a instalação do WordPress foi necessário acessar o site oficial do CMS e realizar o download da versão 7.4.10 de forma gratuita e logo após descompactar os arquivos na pasta principal do servidor de hospedagem. Com o gerenciador de conteúdo devidamente instalado foi possível criar o banco de dados MySQL no ambiente de hospedagem e integrá-lo ao WordPress na base principal.

Como banco de dados, a plataforma utiliza o MySql, facilmente adaptável ao gerenciador de conteúdo WordPress. Este sistema de gerenciamento de código aberto, armazena e recupera todas as informações inseridas através da linguagem SQL como interface, considerado uma solução robusta e confiável para o armazenamento de dados. Para administração do MySql pela internet, foi utilizado o aplicativo phpMyAdmin. Com este sistema possibilita-se criar e remover bases de dados, tabelas, campos, manipular campos de chaves e também executar códigos SQL online. Todas as tecnologias presentes no projeto possuem licenças livres e não possuem restrições em relação ao sistema operacional, pois são voltadas para a utilização na web.

O WordPress utiliza em grande parte na sua sintaxe de códigos a linguagem PHP, utilizou-se a linguagem PHP para aperfeiçoamento nas funcionalidades já existentes do CMS. Para a programação dos códigos fontes desta linguagem, foi utilizado um editor de texto padrão Notepad++, o mesmo conta com marcadores de texto que auxiliam no desenvolvimento, porém a compilação do código foi realizada em tempo real a cada funcionalidade desenvolvida e testada diretamente na plataforma. Depois de instalado o WordPress, foi criado um usuário principal designado administrador, que tem acesso a todos os recursos e informações em um painel de controle. O acesso ao WordPress pode ser visualizado na figura 16.

Figura 16: Tela de Login Wordpress.



Fonte: Retirado do ambiente de implementação do wordpress do website.

4.2.2.7 Publicação

Depois de finalizadas as páginas, formulários, programação final, modelo de dados e inserção de todo conteúdo, o novo site foi apresentado aos cooperados da CASP para aprovação,

após esta fase o novo site foi publicado. Ainda nesta etapa, é feita a divulgação do site, para que o endereço com a nova estrutura seja reconhecido na internet. Segundo Moreno (2012), WordPress é padrão da Web, um site criado com este programa pode ser listado no Google dentro de 2 dias, enquanto que um site desenvolvido com outro programa, pode demorar até 2 meses para que isso aconteça.

4.2.2.8 Atualização

Para esta fase, foi desenvolvido um manual, conforme apêndice E, para operacionalização da gestão dos conteúdos do website na ferramenta worpdress e oferecido ao colaborador da cooperativa que está habilitado para manusear a ferramenta e que garantirá que todos os recursos continuem funcionando e também que os conteúdos e imagens sejam atualizados frequentemente, sempre mantendo o foco no interesse do seu público alvo além de realizar as manutenções das configurações, quando necessário.

4.3 Análise dos Dados

Os dados coletados nas entrevistas foram importantes para as tomadas de decisão e contribuíram para o desenvolvimento da pesquisa e do website proposto de acordo com as necessidades da cooperativa. No processo de análise e interpretação dos dados obtidos, utilizou-se a perspectiva da análise qualitativa.

De acordo com Marconi e Lakatos (2010), o processo de análise e interpretação dos dados corresponde à etapa final do estudo de pesquisa. Diz respeito ao tratamento aplicado aos dados coletados junto aos documentos e pessoais em geral, com o propósito de construir uma argumentação relevante que responda aos objetivos da pesquisa, bem como ao problema central adotado como propósito da investigação.

5 RESULTADOS

Nesta seção serão apresentadas as funcionalidades que foram desenvolvidas na ferramenta web, o produto e as soluções que foram implementadas. Os resultados são mostrados, para que sejam evidenciadas as soluções para necessidades da cooperativa tratadas na análise das necessidades da cooperativa durante o desenvolvimento da metodologia desta pesquisa.

O website proposto apresenta interface com esquema de cores coerente, ou seja, com legibilidade e equilibra identidade visual da cooperativa com uma tipografia que torna a leitura agradável. Além de proporcionar uma navegabilidade com link e conteúdos facilmente acessíveis e claros.

5.1 Adequação e escolha da Hospedagem

Quanto ao serviço de hospedagem, foi realizada a instalação do site em um novo servidor de hospedagem, onde todos os ficheiros do site estão guardados de forma a estarem sempre disponíveis on-line, a empresa escolhida foi a BrasilWebhost, sendo mantido o domínio antigo, para facilitar a divulgação desse novo site. O servidor de hospedagem que a cooperativa utilizava, não atendia as necessidades dessa nova ferramenta, principalmente quanto a performance, por isso foi feita a migração para este novo servidor de hospedagem.

A mudança de hospedagem é um processo que requer atenção, principalmente quando se trata de arquivos e riscos de falhas. Por isso, a mudança de hospedagem foi realizada com todos os cuidados necessários, neste processo foi feita toda migração das contas de emails da cooperativa para esta nova hospedagem para que o acesso pudesse ser feito normalmente nesse novo ambiente. Vale ressaltar alguns pontos de melhoria com o novo ambiente de hospedagem, são eles:

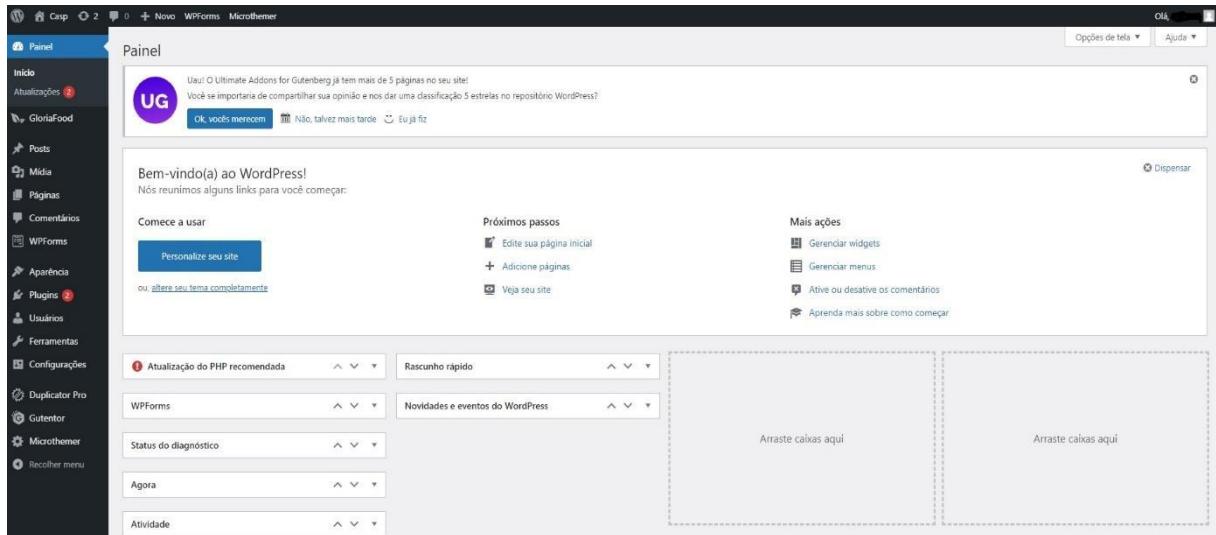
- Suporte a migração do ambiente antigo para o novo
- Suporte ao cliente 24 horas
- E-mails ilimitados
- Backup remoto
- Certificado SSL

5.2 Ambiente de desenvolvimento e configurações do website

A gestão de conteúdo através do CMS Wordpress, contribui para a organização de todos os processos que envolvem a produção e divulgação de materiais e informações do empreendimento na plataforma, possibilitando a criação de conteúdo consistente, alinhada com a missão e visão do negócio, e com relevância para os stakeholders. Além de contribuir para autonomia da cooperativa e melhores performances das equipes de trabalho no âmbito da organização e gerenciamento dessas informações, por ser uma ferramenta simples e funcional.

Para a realização das configurações do website e módulos, está acessível através do painel de controle do wordpress o acesso para definição de regras, inclusão de informações e visualização de todo o ambiente de desenvolvimento do website, nele contêm as informações mais importantes para controlar a aplicação em funcionamento, conforme a figura 17.

Figura 17: Tela principal do painel de controle da aplicação



Fonte: Painel de configuração do website da cooperativa

5.3 Recursos do Website

Nesta parte, serão apresentadas todas as informações, menus, notícias, agenda, loja virtual, e qualquer outra implementação no website desenvolvido.

5.3.1 Página Principal

A página principal, é a porta de entrada do site para as outras páginas, através dela o público ficará informado sobre o desenvolvimento e informações do empreendimento.

Anteriormente na cooperativa havia um website, conforme a figura 18, pouco inteligível e operável e com layout desatualizado, além de não possibilitar a gestão dos conteúdos de forma mais amigável e funcional, na figura é possível visualizar uma parte do antigo site.

Figura 18: Home do antigo website da cooperativa



Fonte: Retirado do antigo website

Para o novo website da cooperativa, no quadro 3, foi feito o resumo dos itens da nova página principal.

Quadro 4: Itens da página principal

Itens da página principal

Menu principal

Pesquisar

Links para redes sociais

Seção nossos produtos

Seção com informações da agenda da cooperativa

Seção últimas notícias

Seção últimas informações sobre agricultura familiar

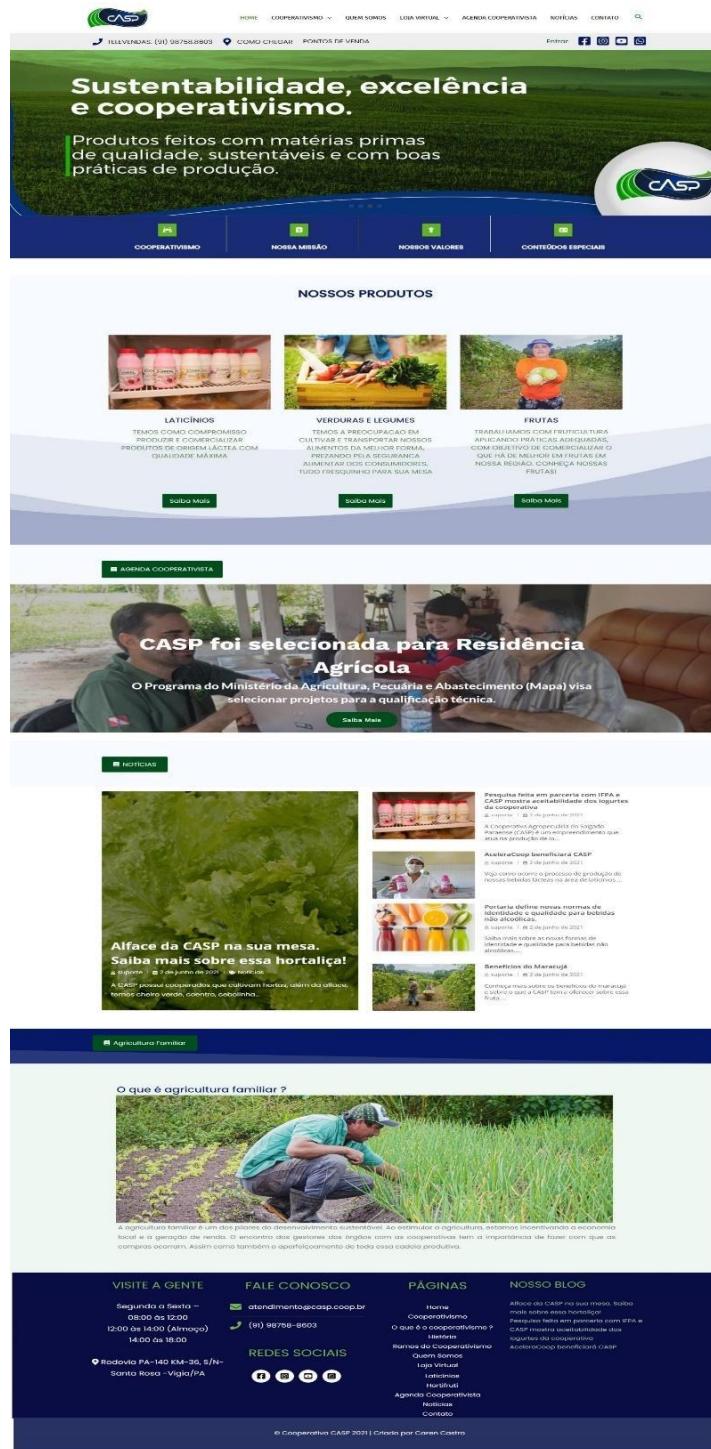
Seção Parceiros

Rodapé

Fonte: Elaborada pela autora (2020)

É necessário que essa página seja bem planejada e que proporcione ao usuário uma boa experiência para que ele continue a navegação de forma fluida e encontre o que busca. A nova página da CASP pode ser vista abaixo, conforme a figura 19.

Figura 19: Página principal do site



Fonte: Elaborada pela autora (2020)

5.3.2 Menu

O menu de topo está situado no cabeçalho do site, nele temos os itens Home Cooperativismo, Quem Somos, Loja Virtual, Agenda Cooperativista, Notícias e Pesquisar, e no

sub-menu informações sobre televendas, como chegar na cooperativa, pontos de venda e links das redes sociais da cooperativa, conforme apresentado na figura 20, e que estão sempre visíveis em todas as páginas do website.

Figura 20: Menu Principal



Fonte: Elaborada pela autora (2020)

Cada menu possibilita acesso a novos conteúdos nas outras páginas do website, no quadro 4, foi feito um resumo das informações dos menus.

Quadro 5: Resumo das informações dos menus do website

Item do menu	Função
Cooperativismo	Informação sobre no que consiste o cooperativismo, sua história e ramos.
Quem Somos	Permite aos utilizadores terem acesso à informação sobre a Cooperativa Casp.
Loja Virtual	Permite aos utilizadores acessar os produtos lácteos e hortifrutis que são vendidos na cooperativa. Além de permitir realizar pedidos desses produtos.
Agenda Cooperativista	Permite aos utilizadores acessar os eventos, feiras e qualquer ação que ocorra na cooperativa.
Notícias	Permite aos utilizadores acessar um conjunto de artigos que são constantemente atualizados com acesso a diversos conteúdos, que funcionam como um diário online, com assuntos variados.
Contato	Disponibiliza aos utilizadores os contatos, horário de atendimento, local e forma de chegar na cooperativa Casp.

Fonte: Elaborada pela autora (2020)

5.3.2.1 Pedido Online Laticínios – funcionalidade

Algumas funcionalidades servem para facilitar a comunicação entre os utilizadores do website e o empreendimento. O canal de venda foi uma implementação dentro do website que

contribui para criar uma comunicação direta com os clientes da cooperativa através da comercialização de seus produtos.

O processo de vendas para fidelizar clientes e prospectar novos, está crescendo cada vez mais no mundo, comprar pela internet tornou-se um hábito e cada vez mais pessoas são adeptas do comércio eletrônico atualmente. O empreendedorismo digital oferece uma série de vantagens para o empreendimento conectado a essa realidade: vender em qualquer lugar, aproveitar a força da internet, manter o contato com o cliente, diminuir custos de investimentos, aumentar a renda, entre outros. Na Casp, iniciou-se o processo de adaptação do negócio com este modelo de venda no mercado online, pois esta é uma necessidade da cooperativa para alcançar o diferencial no mercado em que atua e obter melhores resultados nas vendas.

Com intuito de atender ao requisito referente à necessidade de criar um canal de comercialização dos produtos da cooperativa, foram desenvolvidas funcionalidades para pedido online de laticínios e hortifrutícola no website.

5.3.2.2 Acesso ao pedido online

O pedido online foi implementado e possui diversos recursos, abaixo foram listados os que foram implementados no pedido online da cooperativa, são eles

- Adicionar os produtos que forem necessários
- Envio de confirmação de pedido ao cliente online e por e-mail
- Envio do extrato com resumo do pedido do cliente para o e-mail da cooperativa
- Serviços de entrega e retirada no local
- Definição de um horário de funcionamento, mas há possibilidade de configurar vários horários de funcionamento da cooperativa
- Definição de um horário para entrega e para retirada no local, mas há possibilidade de definição de horários diferenciados para entrega e retirada no local
- Permite que os clientes agendem pedidos para horários específicos, para entrega e/ou retirada na cooperativa
- Imprime relatórios para gestão das vendas realizadas.

1. Para inserir um novo pedido de laticínios, é necessário acessar o menu do website, loja virtual e sem seguida no sub-menu, clicar em laticínios, conforme a figura 21.

Figura 21: Página principal do site



Fonte: Elaborada pela autora (2020)

2. Ao final da página de laticínios, será possível encontrar o botão do pedido online, conforme a figura 22.

Figura 22: Página de laticínios

Fonte: Elaborada pela autora (2020)

3. Basta clicar em ``faça seu pedido online'' e aparecerá a página de pedidos conforme a figura 23.

Figura 23: Página do pedido - lista de produtos

COOPERATIVA CASP

Experimente nossos produtos!
Temos queijos, manteiga e vários sabores de iogurtes.

QUEIJOS

Queijo Minas Simples Peça 350g	20,00
Queijo Minas Codimentado Peça 350g	20,00
Queijo coalho Peça 650g	20,00
Ricota Condimentada Peça 350g	20,00

Ricota Simples Peça 350g 20,00

IOGURTE INTEGRAL 200G

Iogurte Integral Sabor Morango 200g	2,00
Iogurte Integral Sabor Milho 200g	2,00
Iogurte Integral Sabor Abacaxi 200g	2,00
Iogurte Integral Sabor Coco 200g	2,00

IOGURTE INTEGRAL 900G

Iogurte Integral Sabor Morango 900g	5,00
Iogurte Integral Sabor Milho 900g	5,00
Iogurte Integral Sabor Abacaxi 200g	5,00

BEBIDAS LÁCTEAS

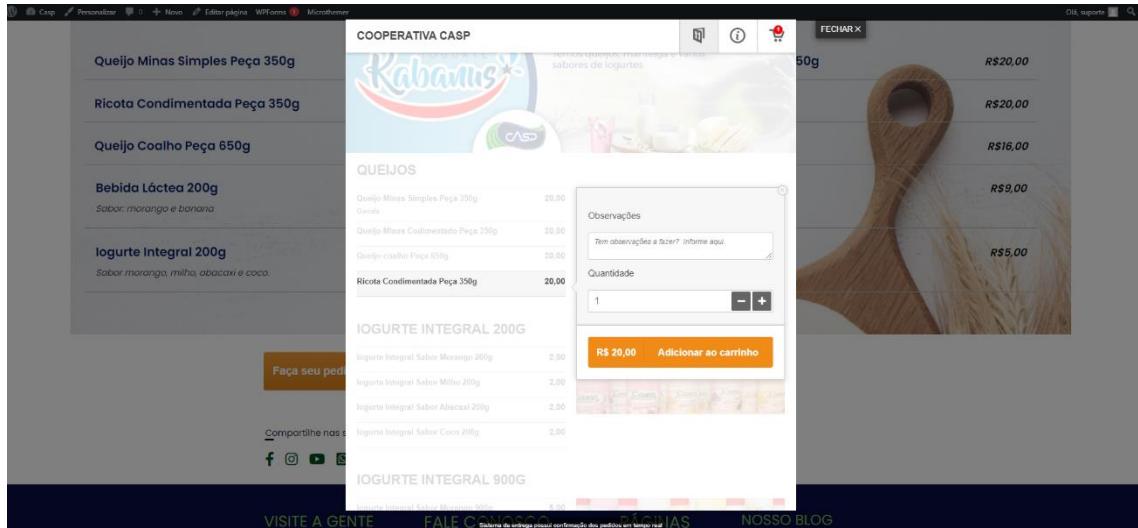
Bebida Láctea Morango 200g	2,00
Bebida Láctea Banana 200g	5,00
Bebida Láctea Morango 900g	9,00
Bebida Láctea Banana 900g	9,00

MANTEIGA

Manteiga natural - pote 250g	8,00
Manteiga natural - pote 500g	16,00

4. Basta escolher, clicar no nome do produto desejado e em seguida abrirá uma página conforme a figura 24.

Figura 24: Quantidade de produtos no pedido



Fonte: Elaborada pela autora (2021)

5. Em seguida, o cliente deverá clicar no botão “Adicionar ao carrinho”, se houver necessidade de mais produtos, basta escolher o próximo produto e clicar em “Adicionar ao carrinho” novamente.

6. Depois de todos os produtos adicionados, o cliente poderá clicar no ícone do carrinho

 , no canto superior direito da página, aparecerá a lista com todos os produtos e outras informações que devem ser preenchidas para finalizar o pedido, é preciso preencher as informações do contato e clicar em salvar, conforme figura 25.

Figura 25: Informações do contato no pedido

7. A forma de pedido desejada, pode ser retirada no local ou delivery, em seguida o cliente

deve clicar no botão salvar, conforme figura 26.

Figura 26: Forma do pedido

COOPERATIVA CASP

INFORMAÇÕES DE CONTATO

FORMA DO PEDIDO

Retirar no local Delivery

Salvar

Qtd	Item	Preço
1x	Queijo Minas Codimentado Peça 350g	R\$ 20,00
Subtotal		R\$ 20,00
Total		R\$ 20,00

Observações (opcional)

Ao fazer esse pedido, você aceita:
[Política de processamento de dados - Contrato de Licença de Usuário Final](#)
[Termos do Restaurante - Política de privacidade](#)

TOTAL R\$ 20,00 **Fazer retirada no local**

- Se for delivery, o cliente deverá adicionar o seu endereço e salvar, conforme a figura 27.

Figura 27: Endereço do pedido

COOPERATIVA CASP

INFORMAÇÕES DE CONTATO

FORMA DO PEDIDO

Retirar no local Delivery

Adicionar endereço

Salvar

Qtd	Item	Preço
1x	Queijo Minas Codimentado Peça 350g	R\$ 20,00
Subtotal		R\$ 20,00
Total		R\$ 20,00

Observações (opcional)

Ao fazer esse pedido, você aceita:
[Política de processamento de dados - Contrato de Licença de Usuário Final](#)
[Termos do Restaurante - Política de privacidade](#)

TOTAL R\$ 20,00 **Finalizar Pedido**

9. Aparecerá o horário escolhido “agora” para as duas formas de pedido (entrega ou recebimento na cooperativa), ou pode optar por “agendar para entregar” em um determinado dia, os horários de entrega ou retirada na cooperativa são iguais ao horário de funcionamento da cooperativa e já foi configurado na página do pedido no ambiente do desenvolvimento, veja a figura 28.

Figura 28: Horário de entrega do pedido

COOPERATIVA CASP

Qtd	Item	Preço
1x	Queijo Minas Codimentado Peça 350g	20,00 ×
1x	Ricota Condimentada Peça 350g	20,00 ×
Subtotal		R\$ 40,00
Total		R\$ 40,00

INFORMAÇÕES DE CONTATO

FORMA DO PEDIDO

HORÁRIO ESCOLHIDO Cancelar

Agora
 Agendar para entregar:

17 Amanhã

08:00

Salvar

FORMA DE PAGAMENTO

Ao fazer esse pedido, você aceita:
 - [Política de processamento de dados - Contrato de Licença de Usuário Final](#)
 - [Termos do Restaurante - Política de privacidade](#)

TOTAL R\$ 40,00 **Fazer retirada no local**

10. Foram implementadas várias formas de pagamento, o cliente terá várias opções: dinheiro, cartão, dinheiro com opção de troco, transferência bancária e pix, conforme mostra a figura 29.

Figura 29: Formas de pagamento do pedido

COOPERATIVA CASP

HORÁRIO ESCOLHIDO

FORMA DE PAGAMENTO

Dinheiro

Cartão retirando no local

Dinheiro (eu preciso de troco)
Especifique o valor (ex: Alterar para 50) no campo de comentários.

Transferencia Bancaria
Leia o código QR no balcão de coleta para pagamento via PIX

Salvar

Ao fazer esse pedido, você aceita:
 - Política de processamento de dados - Contrato de Licença de Usuário Final
 - Termos do Restaurante - Política de privacidade

Subtotal R\$ 20,00
Total R\$ 20,00

TOTAL R\$ 20,00 | **Fazer retirada no local**

10. Ao final, será necessário salvar todas as informações e em seguida finalizar o pedido, conforme figura 30.

Figura 30: Finalização do pedido

COOPERATIVA CASP

INFORMAÇÕES DE CONTATO

FORMA DO PEDIDO
Retirar no local

HORÁRIO ESCOLHIDO
Agora

FORMA DE PAGAMENTO
Dinheiro

Observações (opcional)

Ao fazer esse pedido, você aceita:
 - Política de processamento de dados - Contrato de Licença de Usuário Final
 - Termos do Restaurante - Política de privacidade

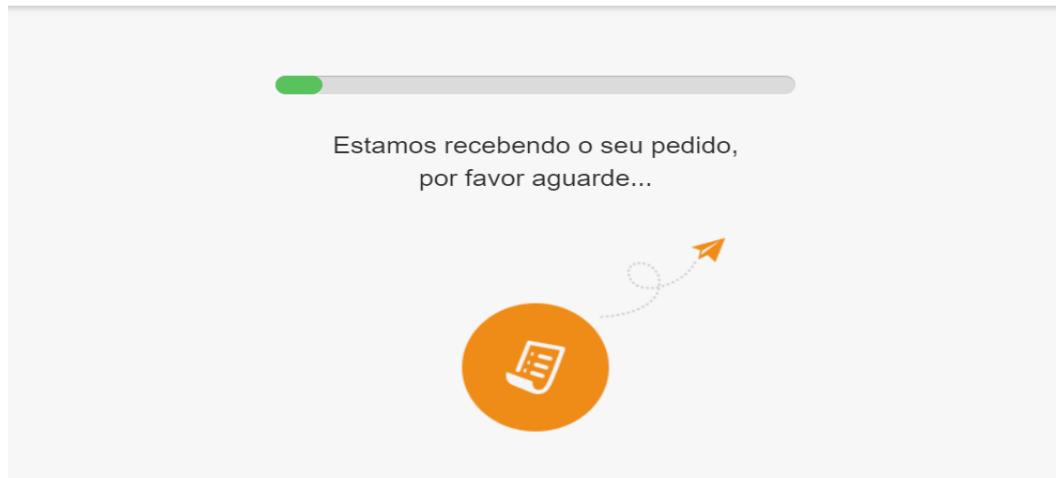
Subtotal R\$ 20,00
Total R\$ 20,00

TOTAL R\$ 20,00 | **Fazer retirada no local**

Será apresentado a tela de recebendo o pedido, conforme a figura 31.

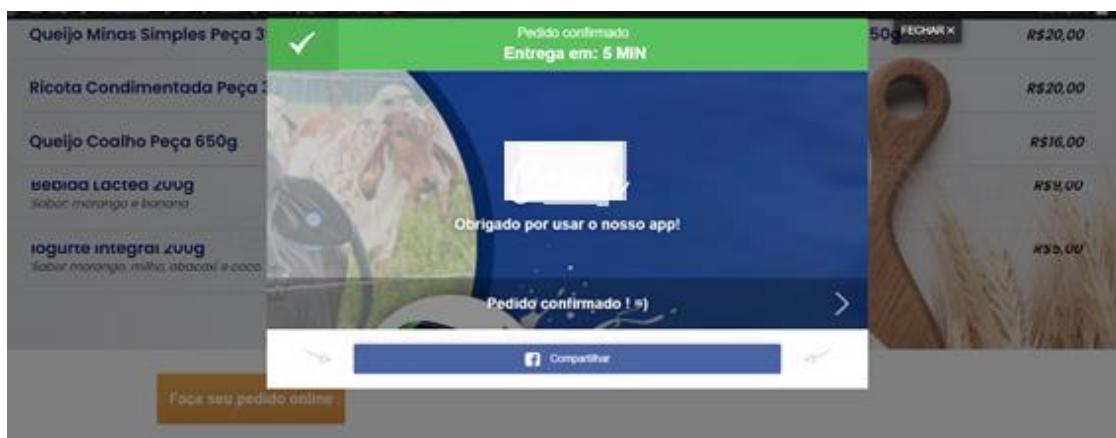
Figura 31: Envio do pedido

FAZENDO O PEDIDO



O pedido chegará no app de pedido que foi instalado no celular da cooperativa e é integrado ao pedido online do site, para que a cooperativa faça a aceitação do pedido, depois que for aceito, aparecerá na tela do usuário a mensagem confirmando o pedido, conforme a figura 32.

Figura 32: Pedido confirmado



Ao final de cada pedido confirmado, a cooperativa receberá no email administrativo, o resumo com todas as informações do pedido online feito pelo cliente, como: número do pedido, informações do cliente, itens, quantidade e valores, conforme a figura 33.

Figura 33: Informações do pedido no e-mail da cooperativa



O cliente também receberá um e-mail com todas as informações do seu pedido online, conforme figura 34.

Figura 34: Informações do pedido no e-mail do cliente



5.3.2.3 Formulário de pedido hortifruti

Para a implementação de um pedido para os hortifruti da cooperativa, em acordo com a cooperativa, foi decidido que seria implementada a solicitação de pedido desses produtos via formulário. Devido serem produtos que não há uma previsão de disponibilidade e nem em grandes quantidades, além disso, são vendidos a quilo, por isso, nesse momento do projeto, não foi possível desenvolver o mesmo processo que foi feito para os laticínios.

Com isso, foi desenvolvido um formulário, apenas para alguns hortifruti, que a cooperativa consegue ter um estoque maior e disponível com maior frequência. Dessa forma, o formulário criado possibilita o cliente escolher os hortifrutis disponíveis na lista, indicar quantos quilos deseja, informar os dados pessoais e enviar a solicitação do seu pedido que será enviado para o email da cooperativa, conforme figura 35.

Figura 35: Formulário de pedido para cotação de hortifruti

PEDIDOS DE HORTIFRUTIS

Solicite uma cotação de preço

Preencha o formulário abaixo

Nome Completo *

E-mail *

Cidade *

Telefone *

Estado *

Escolha o produto: *

Unidade *

Quantidade *

Gostaria de receber o catálogo digital

Enviar pedido de cotação de preço

Fonte: Elaborada pela autora (2021)

Neste caso, depois do recebimento da solicitação do pedido, a cooperativa entrará em contato com o cliente através do telefone ou e-mail, para confirmar as informações do pedido e viabilizar a entrega para o cliente, assim como as informações para a efetivação do pagamento.

Os dois tipos de pedidos implementados, contribuirão com o modelo de negócio da cooperativa, pois facilitará a divulgação dos produtos online, fidelização e alcance de um público-alvo maior, automatização do processo de vendas, acompanhamento e evolução das vendas através dos relatórios.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No atual contexto, a informação tem sido um fator de poder e de valor, é notável que ocorre uma nova configuração social voltada para o que chamamos de sociedade da informação, resultado dos avanços tecnológicos e a representação da informação em formato digital. Um dos fatores para o crescimento de informações que estão presentes em nosso cotidiano, novas formas de comunicação ágeis no mundo e diversos avanços tecnológicos é a tecnologia da informação.

Essa crescente evolução tecnológica tem revolucionado significativamente o modo de se comunicar e agir da sociedade, sem dúvida as organizações e os seres humanos têm sentido essas mudanças. A Internet e outras ferramentas de tecnologia da informação, estão determinando essas mudanças de forma relevante e seguem modificando as comunicações nas quais se envolvem os seres humanos.

Além disso, a internet passou a chamar a atenção do mercado comercial e de negócios através dos serviços chamados WWW – World Wide Web e hoje se constitui em peça importante para uso comercial pois as corporações veem uma alternativa de negócios em potencial. O sucesso da internet e das ferramentas web como os websites advém da expansão dos serviços oferecidos na internet, exploração das informações das instituições nos meios digitais e faz com que as organizações mundialmente considerem a internet um elemento estratégico com os consumidores, clientes e público alvo em geral.

A compra e a venda tornaram-se mais automatizadas e convenientes, busca-se que empresas estejam conectadas, principalmente com seus clientes, pois as informações na internet fluem a todo momento em instante, por isso, empreendimentos que continuarem sem protagonismo na rede mundial de computadores e que continuem a vender de maneira antiga, desaparecerão, perdendo seu poder estratégico no panorama competitivo atual.

Desta forma, a internet torna-se um dos principais meios de criação, transporte, e armazenamento de informações para qualquer que seja o objetivo, sendo um componente eficaz e valioso para o ambiente de negócios, quando se trata da propagação dessas informações.

Nesta dissertação, foi proposto a implementação de um novo website, com novos conteúdos e novas funcionalidades, com intuito de melhorar a comunicação da cooperativa Caso com seu público alvo, criar um canal de comercialização e maximizar a interação da cooperativa com seus cooperados e clientes. No primeiro momento, foram definidos os requisitos do site através das entrevistas e visitas de campo, para compreender as necessidades da cooperativa e o que seria desenvolvido. Foi feita pesquisa sobre a organização da Cooperativa Casp, estudos sobre as ferramentas tecnológicas, e foi compreendido a importância do website institucional e definido a ferramenta web como solução para atender as necessidades da cooperativa, através dela buscou-se aumentar a visibilidade da cooperativa e torná-la mais competitiva através da funcionalidade implementada para comercialização dos produtos.

Na etapa seguinte, foram apresentadas as tecnologias utilizadas para implementação, configuração e publicação do website. O website alcançou os resultados esperados, por ser um site com navegação intuitiva, legível, com conteúdos informativos e com um canal de vendas de produtos. Outro ponto importante foi a implementação do website em modo responsivo, onde os elementos e conteúdos se adaptam de acordo com o tamanho da tela do usuário. Dessa forma, atingiu a expectativa conforme o que foi definido junto a cooperativa durante a pesquisa.

Ao final, até o lançamento do site, foi possível evoluir, pois um site bem estruturado e com conteúdo de qualidade, precisa de atualizações e manutenções frequentes, para que se torne um caso de sucesso. Quando surgiu alguma limitação ou dificuldade, foi possível avaliar e solucionar o problema, e assim foi possível alcançar o objetivo final.

7 TRABALHOS FUTUROS

A conclusão deste projeto não é o fim, pois durante o desenvolvimento da ferramenta, foi identificado que novas funcionalidades podem ser implementadas, para tornar esse website cada vez mais funcional.

Desta forma, recomenda-se a inclusão do pagamento on-line, pois esse tipo de pagamento é uma das soluções mais implementadas nos websites atualmente. No entanto, a cooperativa não optou por esse tipo de pagamento nesse momento, foi informado que ainda não é de interesse do empreendimento, pois eles ainda estão analisando esse tipo de processo de

pagamento junto aos cooperados, principalmente quanto a questão de custos para implementação e operacionalização desta etapa.

Além disso, é possível sugerir a realização do processo de transferência de tecnologia e a verificação da possibilidade de registro de Software e/ou registro de site (proteção do registro de site abrange o layout, desenhos, imagens próprias e textos).

8 SOCIALIZAÇÃO DA PESQUISA

Depois que o site foi colocado online, foi feito o lançamento do novo website e o novo canal de vendas para os cooperados, na cooperativa Casp.

9 REFERÊNCIAS

AGHAEI, S. et al (2012). **Evolution Of The World Wide Web: From Web 1.0 To Web 4.0.** AGYEMAN, Julian; MCLAREN, Duncan; SCHAEFER-BORREGO, Adrienne. Sharing cities. Friends of the Earth Briefing, p. 1-32, 2013.

ALBANO, C. S. **Problemas e Ações na Adoção de Novas Tecnologias de Informação: Um estudo em Cooperativas Agropecuárias do Rio Grande do Sul.** Porto Alegre. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2001.

ALBERTIN, L. A. **Administração de Informática e a Organização** Revista de Administração de Empresas, São Paulo, Nov/Dez. 1994.

ALBERTIN, A.L. **Administração de informática: funções e fatores críticos de sucesso.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

ALBERTIN, A.L.; ALBERTIN, R.M.M. **Tecnologia de informação e desempenho empresarial: as dimensões de seu uso e sua relação com os benefícios de negócio.** São Paulo: Atlas, 2009.

ALBERTIN, A.L.; ALBERTIN, R.M.M. **Benefícios do uso de tecnologia de informação para o desempenho empresarial.** Revista de Administração Pública, Rio de Janeiro, v.42, n.2, p.275-302, mar./abr. 2008a.

ALBERTIN, A.L.; ALBERTIN, R.M.M. **Tecnologia de informação e desempenho empresarial no gerenciamento de seus projetos: um estudo de caso de uma indústria.** Revista de Administração Contemporânea, Curitiba, v.12, n.3, p.599-629, jul./set. 2008b.

ALECRIM, E. **O que é tecnologia da informação (TI)?** Disponível em: <http://www.infowester.com/ti.php> . Acesso em: 04 de Set. de 2020.

ALTER, Steven. **Information Systems: a Management Perspective.** Menlo Park, California: Benjamin Cummings, 2^a ed., 1996, 728 p.

ARAÚJO, E. A. T; SILVA, W. A. C. **Cooperativas de Crédito: a Evolução dos Principais Sistemas Brasileiros Com um Enfoque em Indicadores Econômico-Financeiro.** Contextus Revista Contemporânea de Economia e Gestão, v. 9, n. 1, p. 117-126, 2011.

ARTHUR, K. **What is Platform Cooperativism and Why is it Important?** 2015. Disponível em: <<https://civic.mit.edu/blog/natematias/what-is-platform-cooperativism-and-why-is-it-important>>. Acesso em: 18 set. 2020.

Astra. Wordpress.org. Disponível em: <https://br.wordpress.org/themes/astra/>. Acesso em: 19 Jan. 2020.

BALDESSAR, M.J. **Jornalismo e tecnologia: pioneirismo e contradições: um breve relato da chegada da informatização nas redações catarinenses.** In: ENCONTRO NACIONAL DA REDE ALFREDO DE CARVALHO, 3., 2005, Novo Hamburgo.

BASCHAB, J.; PIOT, J. **The executive's guide to information technology.** New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2003.

BAX, M.P., PEREIRA J.C.L. **Introdução a Gestão de Conteúdos.** In: 3º Workshop Brasileiro de Inteligência Competitiva e Gestão do Conhecimento. 2002, São Paulo. Anais. 1º Congresso Anual da Sociedade Brasileira de Gestão do Conhecimento, 2002.

BRANDT, B. (2006). **Web 2.0.** Disponível em http://bergbrandt.com.br/v1/arquivos/artigos/20061006_web2.pdf. Acesso em: 10 Jan. 2020.

BERNERS-Lee, T., HENDLER, J. & LASSILA, O. (2001) **The Semantic Web.** *Scientific American*, 284(5), 34–43. Disponível em: <<http://www.sciam.com/article.cfm?articleID=00048144-10D2-1C70-84A9809EC588EF21>>

BENAMATI, S.; LEDERER, A. L., SINGH, M. **Changing Information Technology and Information Technology Management.** *Information & Management*, v. 31, 1997, p. 275-288.

BELK, R. W. You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, v.67, n. 8, 2013.

BREITMAN, Karin. **Web semântica: a Internet do futuro.** Rio de Janeiro: LTC, 2005.

BELTRAME, M. M.; MAÇADA, A. C. G. **Validação de um Instrumento para medir o valor da tecnologia da informação (TI) para as organizações.** Organizações em contexto, Ano 5, n. 9, janeiro-junho 2009. Disponível em: <http://www.ea.ufrgs.br/professores/acgmacada/pubs/Beltrame%20e%20Maçada,%20Organizações%20em%20contexto,%202009.pdf>. Acesso em 04 Set. 2021.

BIALOSKORSKI, N. S. **Governança e perspectivas do cooperativismo.** I Workshop Internacional de Tendências do Cooperativismo, PENSA/FUNDACE/FEARP-USP, p. 17-35, 1998.

BIEBER, M.; VITALLI, F. **Toward Support for Hypermedia on the World Wide Web.** *IEEE Computer*, 30(1): 62-70, 1997.

BIALOSKORSKI NETO, Sigismundo. **Aspectos econômicos das cooperativas.** Belo Horizonte: Mandamentos, 2006. p. 27-28.

BOTSMAN, R.; ROGERS, R. **O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo.** Porto Alegre: Bookman, 2011.

BÜTTENBENDER, P. L.; RUZZARIN, A. P. C.; SPAREMBERGER, A.; ZAMBERLAN, L. **O cooperativismo e as contribuições para o desenvolvimento regional.** In: ENCONTRO BRASILEIRO DE PESQUISADORES EM COOPERATIVISMO, 2010, Brasília. Anais... Brasília, DF: EBPC, 2010.

BÚRIGO, F. L. **Finanças e solidariedade: uma análise do cooperativismo de crédito rural solidário no Brasil.** 2006, 375 p. Tese (Doutorado em Sociologia Política) – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, SC, 2006.

CANÇADO, A. C.; GONTIJO, M. C. H. **Princípios Cooperativistas: origens, evolução e influência na legislação brasileira.** In: ENCONTRO DE INVESTIGADORES LATINOAMERICANO DE COOPERATIVISMO, 2004, São Leopoldo. Anais... São Leopoldo, 2004.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003. 243 p.

CERN (2002). **History of the WWW.** Publicado em [CERN - the European Organization for Nuclear Research](http://cern.ch/WWWHistory/) Acesso em 20 de setembro de 2019.

CERVO, A. L. BERVIAN, P. A. **Metodologia científica.** 5.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002. COUTINHO, Clara Pereira; BOTTENTUIT JUNIOR, João Batista. Blog e Wiki: **Os Futuros Professores e as Ferramentas da Web 2.0.** In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE INFORMÁTICA EDUCATIVA, 9., 2007, Porto1, Portugal. Disponível em: <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/7358/1/Com%20SIIE.pdf>>. Acesso em: 02 Dez. 2019.

COSTA, Luciano de Souza. **O cooperativismo: uma breve reflexão teórica.** Ciências Sociais em Perspectiva (6) 11: 55-64 2º sem. 2007. Disponível em: <http://www.unioeste.br/campi/cascavel/ccsa/VISeminario>.

CORDEIRO, M. A. N.; DANTAS, M. Z. **Importância do Planejamento Estratégico para o desenvolvimento de empresas cooperativas.** In V Encontro de pesquisadores Latino-Americanos de cooperativismo. Agosto, 2008.

Comissão Europeia. **Para uma Europa do Conhecimento. A união Europeia e a Sociedade da Informação.** ed 2003.

COELHO, P. (2007). **Como Criar Páginas Web Depressa e Bem.** Lisboa. FCA-Editora de Informática.

COSTA, I. (2007). **Webdesign - Planear e estruturar um site.** URL:<http://thegeekside.blogs.sapo.pt/20098.html>, acedido em 05 de Novembro de 2019.

COFFMAN, K. G. e ODLYZKO, A. M (2002). “**Internet Growth: is there a Moore’s Law for data traffic?**”. In: ABELLO, J. et al. (orgs.) *Handbook of Massive Data Sets*, pp. 47-93. Norwell: Kluwer.

Como funciona as aplicações web. Devmedia. Disponível em: <https://www.devmedia.com.br/como-funcionam-as-aplicacoes-web/25888>. Acesso em: 19 Jan. 2020.

CONTENT MANAGEMENT. 2001. Disponível em: <<http://www.contentmanager.eu.com>> Acesso em: 18 fev. 2020

CRUÍZIO, Helnon de Oliveira . (2002). Como organizar e administrar uma cooperativa: uma alternativa para o desemprego. 3ª Ed. Rio de janeiro: Editora FGV.

CRUZ, Tadeu. Gerência do Conhecimento. Ed. Cobra, São Paulo, 2002.

DAVENPORT, T. H. Reengenharia de Processos, como inovar na empresa através da tecnologia da informação. São Paulo. 6 Edição. Editora Campus. 1996.

DEMO, Pedro. Metodologia do Conhecimento Científico. 1º Ed. São Paulo: Atlas 2000

DRUMOND, V. R. S. A aplicação dos princípios cooperativistas na gestão dos empreendimentos cooperativos. In: ENCONTRO BRASILEIRO DE PESQUISADORES EM COOPERATIVISMO, 2010, Brasília. Anais... Brasília: EBPC, 2010.

DRUBSCKY, L. Sistema de gestão de conteúdos (CMS): por que implementar na sua empresa? Rockcontent. Disponível em: <https://rockcontent.com.br/blog/cms/>. Acesso em: 19 Jan. 2020.

ETZKOWITZ, H.; MELLO, J. M. C.; ALMEIDA, M. Research Policy, Amsterdã, v. 34, n. 4, p. 411-424, maio 2005.

ENTENDA o conceito da web 3.0. Internet Innovation Digital Business School, São Paulo, 2013. Disponível em: <<https://www.internetinnovation.com.br/blog/entenda-o-conceito-da-web-3-0/>> Acesso em: 10 Jan. 2020.

ELMASRI, R.; NAVATHE, S. B. Fundamentals of Database Systems. 6. ed. Addison-Wesley, 2010

ELMASRI, Ramez; NAVATHE, Shamkant B.. SISTEMAS DE BANCO DE DADOS. 6. ed. São Paulo: Addison Wesley, 2011.

FARIAS, Cleuza Maria; GIL, Marcelo Freitas. Cooperativismo. Pelotas: Rede E-tec Brasil, 2013.

FREITAS, H. A informação como ferramenta gerencial. Um telessistema de informação em marketing para o apoio à decisão. Porto Alegre: Ortiz, 1993.

FREITAS, H., BECKER, J. L., KLADIS, C. M. & HOPPEN, N. Informação e Decisão. Porto Alegre: Ortiz, 1997.

- FAUQUET, G. (1980). **O sector cooperativo**. Lisboa: Livros Horizonte
- FREIRE, A.P. **Acessibilidade no desenvolvimento de sistemas web: um estudo sobre o cenário brasileiro**. 2008. 154f. Tese (Mestrado) - Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação, Universidade de São Paulo, São Carlos, 2008.
- FEITOSA, Ailton. **Organização da informação na Web: das tags à Web Semântica**. Brasilia: Thesaurus, 2006.
- FREDERICO, L. F. **Cooperativismo digital e inovação durante e após a pandemia**. Curitiba, Disponível em: <<https://hazeshift.com.br/cooperativismo-digital/>> . Acesso em: 18 Jun. 2021.
- FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.
- FELIX, Renan Brigido. **“NOVO PORVIR” – LITERATURA E COOPERATIVISMO EM CANDUNGA E OUTROS ESCRITOS DE BRUNO MENEZES**. 2016. Dissertação (Mestrado em História Social da Amazônia). Universidade Federal do Pará. Belém, Pará.
- Ferraz, R. (2003). **Construindo Sites com Padrões Web**. URL:<http://kb.reflectivesurface.com.br/artigos/sitesComPadroesWeb/estruturandoUmDocumento>, Acesso em 10 de Jan de 2020
- FRANCISCO, Wagner de Cerqueira e. 2011. **A Economia do Pará**. Disponível em:<<https://brasilescola.uol.com.br/brasil/economia-para.htm>> . Acesso em 15 de Jul 2021.
- GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- GALIERS, R. D., BAETS, W. R. **Information Technology and Organizational Transformation**. New York. John Willey & Sons, Inc. 1998.
- GILES, D. (2010). **Psychology of the media**. New York: Palgrave Macmillan. GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.
- GAIGER, Luiz Inácio. (2013), "A economia solidária e a revitalização do paradigma cooperativo ". *Dados Revista de Ciências Sociais*, 28 (82).
- GUAZZI, Dirceu Moreira. **Utilização do GFD como uma ferramenta de melhoria contínua do grau de satisfação de clientes internos: uma aplicação em cooperativas agropecuárias**. Florianópolis: UFSC, 1999 (Tese de Doutorado).
- GABRIELI, L. C.; CORTIMIGLIA, M. N.; RIBEIRO, J. L.D. **Modelagem e avaliação de um sistema modular para gerenciamento de informação na Web**. Ciência da Informação, v. 36, n. 1, p. 35-53, 2007. Disponível em:<<https://www.scielo.br/j/ci/a/SQ3xyHqZ4GpyThPFKmBSh6C/?lang=pt>>. Acesso em: 16 jan. 2021.
- HUGON, Paul. **História das doutrinas econômicas**. São Paulo: Atlas, 2009.

HART, S. L.: MILSTEIN, M. B.: **Criando valor Sustentável**. GV-executivo, vol. 3, n. 2, maio-jul 2004.

HORTINHA, J. **E-marketing** Lisboa, Edições Silabo, 2001.

International Journal of Web & Semantic Technology IJWesT, 3 (1): 1-10.

ILO – INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION. **The promotion of cooperatives:** ILO recommendation no. 193. Geneva: ILO, 2002. LEI 5.764/1971.

IBGE. Vigia. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pa/vigia/historico>> Acesso em: 15 Mar 2020.

JÁ ouviu falar em Web 3.0? **Aedigital**, São Paulo. Disponível em: <<https://ae.digital/ja-ouviu-falar-da-web-3-0/>>. Acesso em: 15 de Jan. 2020.

JORGE, Marcelo Alvim. **Ontologias no suporte a portais semânticos**. 2005. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação). Escola de Ciência da Informação UFMG, Belo Horizonte.

KUROSE, J. F.; ROSSA, K.W. **Computer Networking: A Top-Down Approach**. 6. ed. São Paulo: Pearson, 2010. 862p.

KORTH, H.F. e Silberschatz, A.; **Sistemas de Bancos de Dados**, Makron Books, 2a. edição revisada, 1994

KENNEDY, A. (1997). Internet e World Wide Web: Guia de Navegação 2.0. Lisboa: Texto Editora.

LAMOUNIER, Lucas. **Web 3.0 Será Alimentada pela Tecnologia Blockchain Stack**, Belo Horizonte, 2018. Disponível em: <<https://101blockchains.com/pt/web-3-0-blockchain/>> Acesso em: 20 Mai. 2020.

LEINER, B. M. et al. **A brief history of the Internet**. Disponível em:<<http://www.isoc.org/internet/history/brief.shtml>>. Acesso em: 5 dez. 2019.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Trad. de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos metodologia científica**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

LIMA, Paulo S. Rodrigues. **Personalização de Interfaces Web para Sites Institucionais com Base em Perfis de Usuários**. Lume, 2002. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/3802;jsessionid=292C06B5F5CE9B0C3756D1C79B678026>> . Acesso em: 17 de maio de 2020

LIMA-MARQUES, M.; MACEDO, F. L. O. de. **Arquitetura da Informação: base para a gestão do conhecimento**. In: TARAPANOFF, K. (Org.). Inteligência, Informação e Conhecimento em corporações. Brasília, DF: IBICT, UNESCO, 2006, p. 231-245.

LINS, Bernardo Felipe Estellita. **A evolução da Internet: uma perspectiva histórica.** Cadernos ASLEGIS. Jan 2013.

LEMOS, Paulo. **Conteúdo: quem faz, como faz.** Junho, 2000, Brasil Investiment Link. Disponível em <<http://www.revista.unicamp.br/>> Acesso em: 18 mar. 2019.

LEONARDI, A. (2001). **O Mundo dos Computadores.** Enciclopédia Pedagógica Universal. Matosinhos: Hiperlivro.

MINAYO, M. C. S. (2012). **Análise qualitativa: teoria, passos e fidedignidade.** Ciência & Saúde Coletiva, 17(3), 621-626.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica.** São Paulo: Editora Atlas, 2010.

MERCER, D. **Building Powerful and Robust Websites with Drupal 6.** Birmingham: Packt Publishing, 2008

MENEGÁRIO, Alexandre Hattnher. **Emprego de Indicadores Sócio- Econômicos na Avaliação Financeira de Cooperativas Agropecuária.** 2000. Dissertação (Mestrado em Assessoria de Ciencis). Escola Superior de Agricultura.

MIRANDA, L. M.; FARIA, S.F. As contribuições da internet para o idoso: uma revisão de literatura. Junho, 2009, Brasil. Disponível em <<https://www.scielo.br/j/icse/a/gk6cQKbbGkhDkH5JsnnSLTH/?lang=pt>> Acesso em 18 Mar. 2019.

MORENO, Carla Alexandra Cardoso. **Concepção e Implementação de um Website de uma Associação Sindical.** 2012. Dissertação (Mestrado em Assessoria de Administração). Instituto Superior de Contabilidade, Porto, Portugal.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas.** São Paulo: Martins Fontes, 2000.

MOREIRA, Danilo dos Reis. **Um estudo da tecnologia Web 2.0.** 2008. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciência da Computação) - Universidade Federal do Goiás, Goiânia, 2009.

MOURA, A. (2017). **Mobile learning: Metodologias, ferramentas e práticas educativas.** In Ana Paula Vilela & Adelina Moura (Org.), ATAS DAS I JORNADAS NACIONAIS DOS PROFESSORES DE LÍNGUAS – PIAFE: Leituras cruzadas para o futuro: movimentos, correntes e diversidades linguísticas e culturais. Construindo pontes para o Entendimento Global. Cadernos, Escola e Formação, Centro de Formação de Associação de Escolas Braga/Sul, 2017, pp. 267-284. Online ISBN: 978-989-96569-6-3.

MOURA, R. M. **A Internet na Educação: um contributo para a Aprendizagem Autodirigida.** Disponível em: <http://rmoura.tripod.com/internetedu.htm>. Acesso 2 jul. 2016

MURPHY, T. **Achieving business value from technology: a practical guide for today's executive.** New Jersey: John Wiley & Sons, 2002.

NIELSEN, J. **Projetando websites.** Rio de Janeiro, Campus, 2000.

OCB. Organização das cooperativas brasileiras. **O cooperativismo no Brasil.** Brasília: OCB, 2008.

OCB. Organização das cooperativas brasileiras. **O cooperativismo no Brasil.** Brasília: OCB, 2014.

OCB. Organização das cooperativas brasileiras. **O cooperativismo no Brasil.** Brasília: OCB, 2018.

OCB. Organização das cooperativas brasileiras. **O cooperativismo no Brasil.** Brasília: OCB, 2019.

OCB. Organização das cooperativas brasileiras. **O cooperativismo no Brasil.** Brasília: OCB, 2020.

O'REILLY, Tim. **What Is Web 2.0 - Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software.** O'Reilly Publishing, 2005.

PACHECO, A. S. V.; RISSI, M.; ROCZANSKI, C. R. M.; KLAES, L. S.; COSTA, A. M. **Sistematização da avaliação dos programas de educação cooperativa do SEScoop/SC.** In: SEMEAD, 11., 2008, São Paulo. Anais... São Paulo: USP, 2008

PAES DE PAULA, A. P. **Administração Pública brasileira entre o gerencialismo e a gestão social.** RAE, v. 45, n.1, p. 36-49, 2005.

PINHO, D. B. **A doutrina cooperativa nos regimes capitalista e socialista.** 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1966.

POTTER, Richard E.; RAINER, R. Kelly Jr.; TURBAN, Efrain. **Administração de Tecnologia da Informação: teoria e prática.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

PRATES, G. A.; OSPINA, M. T. **Tecnologia da informação em pequenas empresas: fatores de êxito, restrições e benefícios.** Rev. Adm. Contemp. Curitiba, v. 8, n. 2, p. 9-26, June, 2004. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rac/a/vpfnQdJRT5CtbBpN7b7XP9r/?format=pdf&lang=pt>> Acesso em: 19 ago. 2019.

PEGORARO, Rafael. **PLATAFORMA DE DESENVOLVIMENTO DE WEBSITES PARA MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL, UTILIZANDO A TECNOLOGIA RESPONSIVA.** 2018. TCC (Graduação em Engenharia da Computação). Universidade do Vale do Taquari - UNIVATES, Porto Alegre, RS.

PRESSMAN, R.S. **Engenharia de Software.** McGraw-Hill. 6 ed. 2006.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição.** Porto Alegre: Sulina, 2007

Qual importância de criar um site para sua empresa?. Tudo sobre sites. Disponível em:

<https://tudosobrehospedagemdesites.com.br/importancia-criar-um-site-para-a-sua-empresa/>>
Acesso em: 2 Ago. 2019.

RNP – REDES NACIONAL DE ENSINO E PESQUISA. Disponível em: <http://www.rnp.br/>. Acesso em: 2 Ago. 2019.

REZENDE, D. A.; ABREU, A. F. **Tecnologia da Informação aplicada à Sistemas de Informação Empresariais**. [S.l.]: Atlas, 2000, p. 19.

ROSSI, Amélia do Carmo Sampaio. **Cooperativismo à luz dos princípios constitucionais**. Curitiba: Editora Juruá, 2008.

ROCHA, Maria Célia Furtado; PEREIRA, Gilberto Corso. **De consumidor a produtor de informação: participação pública no contexto da nova cultura tecnológica**. Cadernos PPG-AU/FAUFBA, v. 1, p. 73-86, 2010. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/147/14730602009.pdf>>. Acesso em: 18 mar. 2019.

REIS JÚNIOR, Nilson. **Aspectos societários das cooperativas**. Belo Horizonte: Mandamentos, 2006.

RIBEIRO, Danielly dos Santos. **SISTEMA DE GERENCIAMENTO DE CONTEÚDO: proposta de um catálogo bibliográfico 2.0 no WordPres**. 2015. TCC (Bacharel em Biblioteconomia).Faculdade de Ciência da Informação. Brasília, Distrito Federal.

SCHOLZ, T. **Platform Cooperativism: Challenging the Corporate Sharing Economy** 2016. Disponível em: <http://www.rosalux-nyc.org/wp-content/files_mf/scholz_platformcooperativism_2016.pdf>. Acesso em: 03 set. 2020.

SCHOR, J. B. **Debating the Sharing Economy**. Disponível em: <<http://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>>. Acesso em: 28 ago. 2020.

SALES, J. E. **Cooperativismo: Origens e Evolução**. Revista Brasileira de Gestão e Engenharia, n. 1, jan./ jun. 2010.

SANTOS, Valdemar Dias. Crescimento. *Crise e Reestruturação da Cooperativa de Cafeicultores e Agropecuaristas de Maringá – COCAMAR*. Dissertação (Mestrado em Gestão dos Agronegócios). Universidade Paranaense – UNIPAR, Umuarama/PR, 2000. Disponível em: www.unoescsmo.edu.br/pub/professores/farid_eid/dissertacaovaldemar.pdf. Acesso em: 10 ago. 2019

STONER, J. A. F. **Administração**. 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

SILVA, A. L. **A Dinâmica da Difusão da Tecnologia da Informação: Um Estudo Comparativo em Cooperativas**. Lavras. Universidade Federal de Lavras. Dissertação de Mestrado. 2003.

SILVA FILHO, Cicero Virgulino. (2001). **Cooperativas de trabalho. São Paulo: Atlas**. ARTHUR, K. What is Platform Cooperativism and Why is it Important? 2015. Disponível em: <<https://civic.mit.edu/blog/natematias/what-is-platform-cooperativism-and-why-is-it-important>>. Acesso em: 10 ago. 2019.

SILBERSCHATZ, A.; KORF, H. F.; SUDARSHAN, S. **Sistemas de Banco de Dados**, 6a. Ed. Elsevier, 2012.

SOUZA, A. M.; RIBEIRO, C. E. N; VIUDES, S. F.; MIRANDA, I. T. P. **A evolução histórica do cooperativismo**. Maringá Management: Revista de Ciências Empresariais, v. 4, n.1, p.35-42, jan./jun. 2007

SINGER, P. **Introdução à economia solidária**. São Paulo: Perseu Abramo, 2002.

SCHMITT , Valdenise; OLIVEIRA, Leonardo Gomes (2009). “**Personalização de Notícias – Uma Edição de Jornal para cada Leitor**”. Disponível em: <<http://eptic.com.br/arquivos/Revistas/vol.XI,n1,2009/16-ValdeniseSchmittLeonardoOliveira.pdf>> . Acessado em 20 de outubro de 2019

SOBRAL, Carla Alexandra. **Desenvolvimento de uma aplicação web sobre a história dum clube de futebol**. 2017. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Informática). Universidade do Minho, Braga, Portugal.

SAPOVICIS, R. T.; SOUZA, M. T. S. **Gestão social e democrática em cooperativas de trabalho: um estudo de caso na cooperativa processamento de dados**. In: ANAIS DO ENCONTRO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 2004, Curitiba. Anais... Curitiba, PR: ANPAD, 2004

SCHNEIDER, Nathan. **An internet of ownership: democratic design for the online economy**. The Sociological Review, v. 66, n. 2, p. 320-340, 2018.

SILVA, Luiz Rocha. **Impacto da Educação Patrimonial na Formação de Professores no Município de Vigia**. 2007. Dissertação (Mestrado em Educação em Ciências e Matemática). Universidade Federal do Pará. Belém, Pará.

SLACK, N.; CHAMBERS, S.; JOHNSTON, R. **Operations management**. 3. ed. New York: Prentice Hall, 2000.

TARDUGNO, A. F.; DIPASQUALE, T. R.; MATTHEWS, R. E. **IT services: costs, metrics, benchmarking and marketing**. New Jersey: Prentice Hall, 2000.

TAPSCOTT, D., CASTON, A. **Mudança de Paradigma. A nova promessa da Tecnologia da Informação**. São Paulo: Makron-McGraw-Hill, 1995.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia de pesquisa-ação**. 15 ed. São Paulo: Cortez, 2007.

TORRES, N. A. **Competitividade Empresarial com a Tecnologia da Informação**. São Paulo, Makron Books, 1995.

VICENTINO, Cláudio. **História Geral e do Brasil**: Volume Único. São Paulo: Scipione, 2001.

VEIGA, Sandra Mayrink; FONSECA, Isaque. (2001) **Cooperativismo: uma revolução pacífica em ação**. Rio de Janeiro: DP&A / Fase.

VENKATRAMAN, N. **Strategic orientation of business enterprises: the construct, dimensionality, and measurement.** *Management Science*, v. 35, n. 8, p. 942-962, Aug. 1989.

Web 3.0 Será Alimentada Pela Tecnologia Blockchain Stack. 101blockchains, Itajuba, 2018. Disponível em: <https://101blockchains.com/pt/web-3-0-blockchain/> Acesso em: 20 Jan. 2020.

ZUBOFF, Shoshana. Automatizar/Informatizar: **As duas faces da tecnologia inteligente.** Revista de Administração de Empresas-FGV, São Paulo, V. 34, nº6, p.80-91, nov/dez, 1994.

ZWICK, E. **Fundamentos teóricos de gestão de cooperativas.** 2011. 160 p. Dissertação (Mestrado em Administração) Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2011.

APÊNDICE

APÊNDICE A: TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Duas vias: uma sob posse do(a) pesquisador(a) e outra do(a) entrevistado (a).

Eu, _____, fui convidado/a e aceitei participar, como voluntário/a, do projeto de pesquisa intitulado **TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COOPERATIVISMO: WEBSITE INSTITUCIONAL COM FERRAMENTA DE GESTÃO DA COOPERTATIVA AGROPECUÁRIA DO SALGADO PARAENSE - CASP** desenvolvida pela pesquisadora Caren Vanessa Pinheiro de Castro. Recebi todas as informações necessárias, todos os procedimentos foram devidamente esclarecidos e me fizeram compreender que:

- 1· Participarei deste estudo, por minha própria vontade, sem receber qualquer pagamento financeiro para participação e com a finalidade exclusiva de colaborar para o desenvolvimento da pesquisa;
- 2· Minha participação neste estudo não trará nenhum dano à minha integridade física, social e emocional;
- 3· Sempre que necessário, serão fornecidos esclarecimentos sobre cada uma das etapas do estudo;
- 4· Minha colaboração será por meio de entrevista concedida ao/à pesquisador/a;
- 5· O sigilo será garantido e não será revelado, em nenhuma circunstância, o nome de qualquer participante;
- 6· A divulgação das informações obtidas nesta pesquisa só será feita entre os(as) profissionais estudiosos(as) do assunto;
- 7· A qualquer momento, poderei recusar a continuar participando do estudo e, também, poderei retirar este meu consentimento, sem que isso me traga qualquer penalidade ou prejuízo;
- 8· As informações por mim fornecidas serão úteis para a produção de conhecimento na área da tecnologia e gestão de empreendimentos, gerando debates e publicações que podem contribuir para a melhor qualificação da abordagem da temática uso e benefícios de ferramentas tecnológicas para o desenvolvimento sustentável da cooperativa;

Após ter lido e conversado com o(a) entrevistador(a), os termos contidos neste consentimento,

concordo em participar como informante, colaborando, desta forma, com a pesquisa.

Eu, _____, RGnº _____

Declaro ter sido informado e concordo em participar, como voluntário, do projeto de pesquisa acima descrito.

Castanhal, _____ / ____ / 2020.

Assinatura do participante

Nome e assinatura do responsável pela pesquisa

APÊNDICE B: MODELO DE TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM ADULTO

Modelo De Termo De Autorização De Uso De Imagem Adulto

Neste ato, _____, nacionalidade ___,
estado civil _____, portador da Cédula de identidade RG nº _____.

Inscrito no CPF/MF sob nº ____, residente à
_____, município
de _____/Estado: _____, **AUTORIZO** o uso da minha imagem entre
fotos e documentos, para ser utilizada na escrita da dissertação da pesquisa de mestrado
intitulada **TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COOPERATIVISMO: WEBSITE
INSTITUCIONAL COM FERRAMENTA DE GESTÃO DA COOPERTATIVA
AGROPECUÁRIA DO SALGADO PARAENSE - CASP** como subsídio à construção de
sua dissertação de Mestrado Profissional em Desenvolvimento Rural e Gestão de
Empreendimentos Agroalimentares do Instituto Federal do Pará- Campus Castanhal. Bem
como, em todo o material de divulgação da referida publicação desta: (I) folder de apresentação;
(II) home page; (III) cartazes; (IV) mídia eletrônica (painéis, vídeo- tapes, televisão, cinema,
programa para rádio, entre outros). A presente autorização é concedida a título gratuito,
abrangendo o uso da imagem acima mencionada em todo território nacional e no exterior. Por
esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada
haja a ser reclamado a título de direitos conexos à imagem da criança/adolescente ou a qualquer
outro, e assino a presente autorização em 02 vias de igual teor e forma.

Castanhal - Pará, _____ de _____ de 2021.

Assinatura

Telefone p/ contato: (_____) _____

APÊNDICE C: ROTEIRO DA ENTREVISTA PARA OS COOPERADOS

ENTREVISTA

PROTOCOLO DA ENTREVISTA

OBJETIVO: Coletar informações para o Desenvolvimento de uma Plataforma de Gestão das Informações e Comercialização da Cooperativa Agropecuária do Salgado Paraense - CASP.

ROTEIRO:

1º Passo – explicar ao entrevistado o objetivo e a natureza da pesquisa, porque ele foi escolhido.

2º Passo – expor as perguntas;

3º Passo - Abrir espaço para o entrevistado emitir qualquer sugestão é colocar suas considerações finais.

Nome do Projeto: Desenvolvimento de um Website Institucional como Ferramenta de Mídia e canal de vendas para a cooperativa Agropecuária do Salgado Paraense - CASP

Empreendimento: Cooperativa Agropecuária do Salgado Paraense CASP

Data:

I – IDENTIFICAÇÃO:

Nome: _____

Função: _____

II – QUESTIONAMENTOS

Sobre a cooperativa:

1. Quais as categorias de produtos comercializados pela cooperativa?

2. Em qual área a cooperativa atua, rural, urbana ou rural e urbana?
3. Como descreveria os produtos da cooperativa?
4. Qual a visão/missão da cooperativa?
 5. Quantos sócios fazem parte da cooperativa?
 6. Em quais categorias sociais os sócios pertencem?
 7. Dê três, ou mais, adjetivos/conceitos para a marca da cooperativa.
 8. Como ocorre a produção dos produtos?
 9. Como ocorre a distribuição e comercialização dos produtos da cooperativa?
 10. Como ocorre a divulgação dos produtos e relacionamento com o cliente?
 11. Qual o público-alvo e o mercado-alvo?
 12. Quais seus principais concorrentes?

Informações adicionais:

APÊNDICE D: ROTEIRO DA ENTREVISTA PARA OS COOPERADOS

BRIFIENG PRELIMINAR PARA DESENVOLVIMENTO DA PLATAFORMA

Empreendimento: Cooperativa Agropecuária do Salgado Paraense – CASP.

Objeto: Website Institucional com Blog e Produtos.

Responsável pelo preenchimento do briefing:

Data de preenchimento do briefing:

Informações sobre a Cooperativa:

- Ramo de atuação e tempo de mercado? Agropecuário e atua no mercado desde 2009.
- Produtos oferecidos? Laticínios (queijos, manteiga, leite e iogurte) e hortifrutícolas.
- Uma breve descrição sobre a empresa? **A Cooperativa Agropecuária do Salgado Paraense (CASP), localizada na Rodovia PA- 140, km 36, no município de Vigia, foi constituída em Outubro/2009, atualmente é formada por agricultores familiares.**
- Slogan ou chamada (para banner na plataforma)?

Estratégia

O que a cooperativa espera da plataforma?

O que você está oferecendo ao seu público?

Quem é seu público alvo?

Com que frequência você espera que eles visitem sua plataforma?

Quais as principais dúvidas e dificuldades que os seus clientes tem quando entram em contato com a cooperativa?

Conteúdo

Quem é responsável pela geração de conteúdo na cooperativa?

Possui fotos e materiais visuais com boa resolução para serem inseridos na plataforma?

- () Sim
 () Não

Você está imaginando uma certa aparência para a plataforma?

A cooperativa tem padrões existentes, como logos e cores, que devem ser incorporadas à plataforma?

- () Sim
 () Não

Um ou mais produtos exigem cadastro diferenciado, com variações específicas, descrições diferentes (tamanho, nomes, cores, peso..)?

Informações de contatos e redes sociais?

Quais outros sites que você gostou? Cole os links aqui.

Informações adicionais:

ANEXO E - MANUAL PARA GERENCIAMENTO DE INFORMAÇÕES

MANUAL PARA GERENCIAMENTO DE INFORMAÇÕES



COMO
CRIAR,
EDITAR E
POSTAR
CONTEÚDO



APRESENTAÇÃO

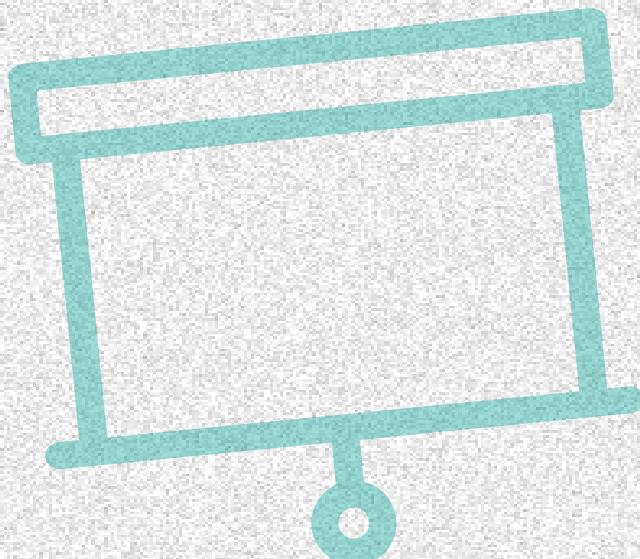
Agora você pode gerenciar seus conteúdos e informações importantes da sua cooperativa de forma simples e eficaz.

Saiba mais através do passo a passo como utilizar a plataforma de gerenciamento de conteúdo com Wordpress. Atualmente, O sistema de gerenciamento de conteúdo (Content Management System – CMS, na sigla em inglês) **WordPress**, representa cerca de 30% dos sites na internet, ou seja, são criados e gerenciados usando o Wordpress, a plataforma está a frente no mercado de sistemas de gerenciamento de conteúdo e percorreu um grande caminho para alcançar essa dimensão no mercado.

Através da plataforma, será possível criar, gerir, publicar, distribuir e arquivar conteúdos, textos, imagens, vídeos e infográficos, de forma consistente e organizada, possibilitando também que sejam adicionados, modificados e removidos com facilidade e de acordo com a necessidade do negócio.

Então, vamos lá.

ok



ÍNDICE

Acesso	03
WP Admin painel de controle	04
Como criar, editar e postar posts?	05
Como adicionar um post?	06
Adicionar imagem	06
Botão adicionar bloco de inserção	09
Como adicionar categorias ou tags?	09
O que são categorias?	10
O que são Tags?	10
Publicar posts	11
Como criar, editar e publicar páginas?	12
Adicionar páginas	12
Gestão do pedido online.	15



ACESSO

1º passo

Tenha o seu nome de usuário e senha, eles permitirão o acesso à plataforma Wordpress.

Abra o navegador de internet do seu computador, você poderá usar um navegador a sua escolha.

No campo de URL, digite o caminho abaixo.

http://casp.coop.br/gestao

2º passo

Irá aparecer uma tela, como na figura abaixo, onde você deverá informar o seu nome de usuário e senha.



Nome de usuário ou endereço de e-mail

Senha
 

Lembrar-me Acessar

Perdeu a senha?

← Ir para Casp

Assinalando o check “**Lembrar-me**” você permitirá que o sistema grave o seu nome de usuário e senha. Assim o seu wordpress estará sempre conectado, pulando essa segunda etapa do nosso passo a passo.

Após digitar o seu nome de usuário e senha, clique no botão “**Acessar**” para se conectar e ter acesso a todas as funcionalidades do wordpress

Perdeu a sua senha? Não se preocupe! O wordpress irá te ajudar a criar uma nova.

WP Admin painel de controle

Assim você já está conectado à plataforma do Wordpress. Esse é o painel de controle do Wordpress, é a tela de administração do site.

Aqui estão todas as informações sobre o site, como: configurações, plugins, tema e conteúdo.

No menu localizado à esquerda, estão todas as funcionalidades que serão usadas para administrar o site.

O menu do WordPress exibirá as opções abaixo:

-  **Painel:** Página inicial do WordPress, contendo alguns atalhos e widgets personalizadas para facilitar seu trabalho e/ou te manter informado;
-  **Posts:** Área de criação, edição e publicação de [posts](#);
-  **Mídia:** Galeria com todos os arquivos (imagens, PDFs etc.) utilizados nos conteúdos (posts, páginas ou uploads manuais);
-  **Páginas:** As páginas são semelhantes a posts, mas têm caráter mais “institucional”. Por exemplo, no site da cooperativa CSP, foram criadas várias páginas, como por exemplo, a página contato;
-  **Comentários:** nessa área estão todos os comentários feitos por visitantes e usuários em conteúdos do seu site.
-  **Aparência:** aqui estão as opções visuais do seu site, como tema instalado, editor de tema, personalização, widgets e menus.
-  **Plugins:** aqui estão todos os plugins instalados em seu WordPress.
-  **Usuários:** lista de todos os usuários cadastrados no WordPress.
-  **Ferramentas:** algumas opções avançadas do WordPress, como importação/exportação de conteúdo, além de opções de alguns plugins instalados para outras funções.
-  **Configurações:** Configurações gerais do WordPress e de alguns plugins, como idioma, links permanentes, escrita, leitura, mídia etc.

Esse menu pode mudar dependendo do tema e dos plugins instalados no seu site, ou até mesmo do nível do usuário que acessa o painel. O menu completo só é exibido para o administrador do WordPress. Se, por exemplo, o usuário for um **Autor**, ele só conseguirá ver as áreas referentes à criação e edição de conteúdo.

Inclusive, o foco desse manual para WordPress é justamente esse, criar, editar e postar conteúdo.

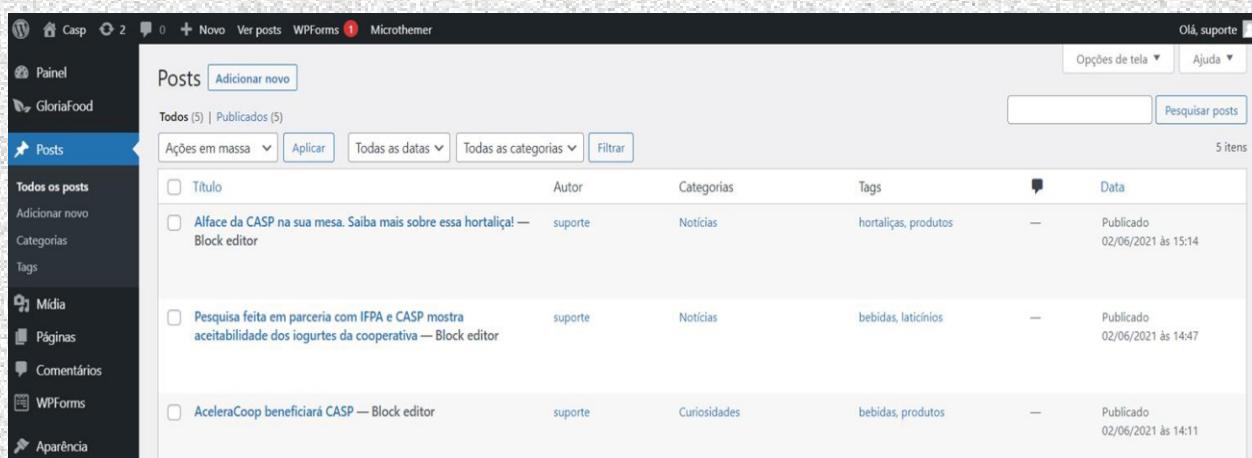
Como criar, editar e postar posts?

O que são posts?

Os Posts são artigos publicados com periodicidade dentro do blog WordPress. Eles aparecem em ordem cronológica inversa (não é uma regra mas é o padrão mais usado na internet), ou seja, o mais recente fica no começo (a primeira publicação que aparece) e os outros vão ficando logo mais abaixo ou ao lado.

É recomendado que nos Posts venham sua data de publicação, assim como a categoria o qual ele pertence, a quantidade de comentários que ele possui e suas tags.

Essas são recomendações que tornam os ecossistemas de um Blog interessante, pois, é possível ver pela data, o quanto aquele post é recente ou não, assim como é possível identificar o assunto pelas suas categorias e se ele foi interessante o bastante para ter sido comentado.



Título	Autor	Categorias	Tags	Data
Alface da CASP na sua mesa. Saiba mais sobre essa hortaliça! — Block editor	suporte	Notícias	hortaliças, produtos	Publicado 02/06/2021 às 15:14
Pesquisa feita em parceria com IFPA e CASP mostra aceitabilidade dos iogurtes da cooperativa — Block editor	suporte	Notícias	bebidas, laticínios	Publicado 02/06/2021 às 14:47
AceleraCoop beneficiará CASP — Block editor	suporte	CURIOSIDADES	bebidas, produtos	Publicado 02/06/2021 às 14:11

1. Criar um post para o seu site, através do botão “Adicionar novo”.
2. Filtrar posts por status como, publicados, na lixeira, agendados entre outros.
3. Selecionar os posts no qual você gostaria de usar alguma “ação em massa”. Clicar no botão “Aplicar” para que a ação se realize.
4. Filtrar os posts por data de criação.

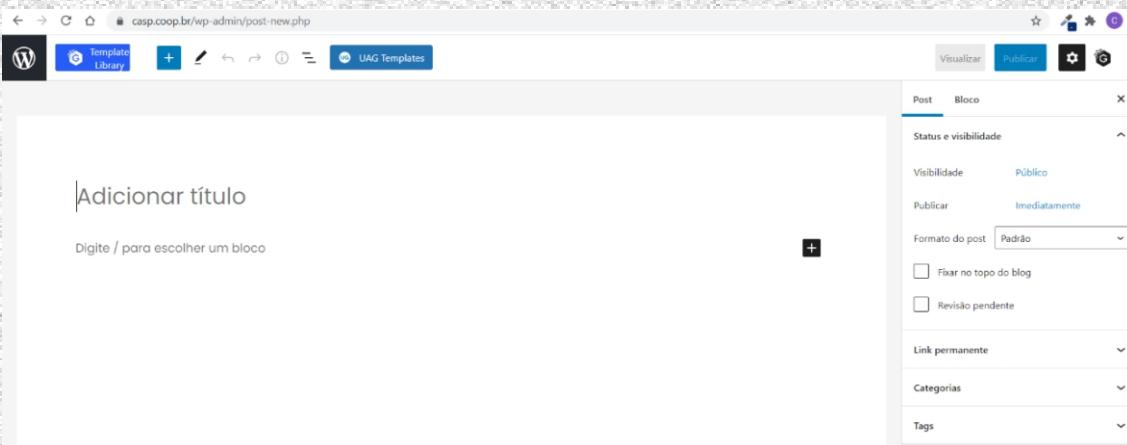


5. Clicar em cima do “título do post” possibilita ter acesso ao conteúdo completo do post para Edição.
6. Colocar o mouse sobre a linha do post, aciona mais funcionalidades para o post.
7. Visualiza a lista de posts de duas formas, apenas com seu título ou com título e algumas linhas do seu conteúdo.
8. Filtrar posts por Autor e Tags.

Como adicionar um post?

Adicionar Novo: Cria um post para o site

1. Será necessário inserir o título do seu post
2. Espaço para inclusão do conteúdo do post, abaixo do título.

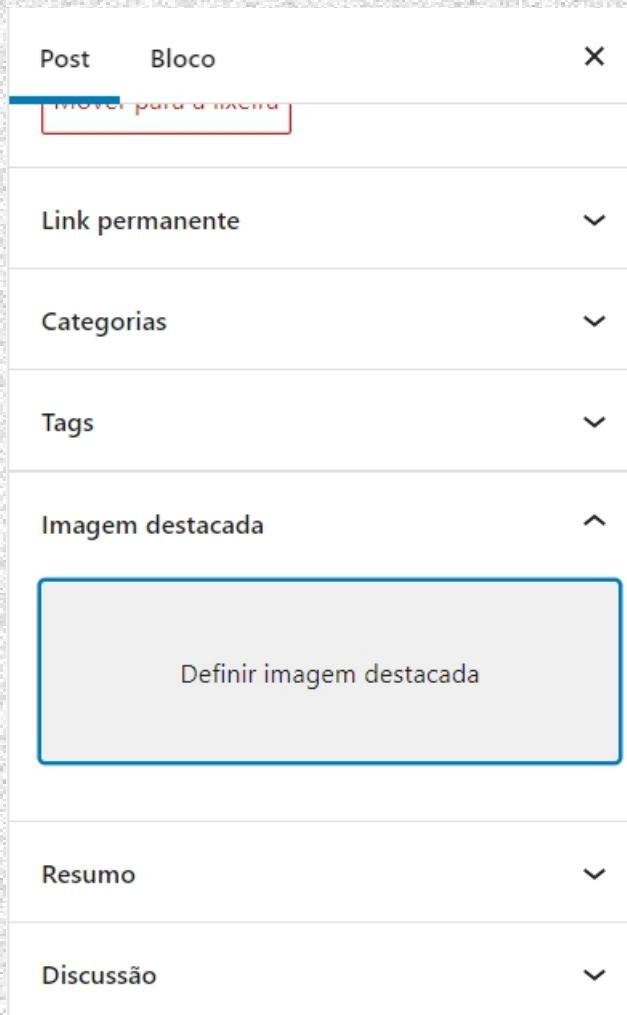


Adicionar imagem

Imagen destacada

O gerenciador de conteúdo wordpress, permite que armazenamento das mídias em um único espaço. As imagens podem ser adicionadas nos posts publicado no site.

Ao clicar em “Definir imagem destacada” poderá ser escolhido uma imagem a partir do banco de dados ou poderá adicionar uma nova da sua máquina. Essa imagem destacada não ficará no post ela será mostrada apenas na estrutura de card na home do seu site



Ao adicionar uma mídia do seu banco de dados, aparecerá no lado esquerdo da tela, as informações detalhadas dessa mídia, são elas:

- Nome
- Data que foi adicionada
- Tamanho em pixel

DETALHES DO ANEXO



copy-space-background-with-cheese-and-cereal.jpg

5 de agosto de 2021

187 KB

1200 por 800 pixels

[Editar imagem](#)

[Excluir permanentemente](#)

Texto alternativo

Descreva a finalidade da imagem. Deixe em branco se a imagem é apenas decorativa.

Título

Legenda

Descrição

Além disso, poderá ser realizado a edição da mídia em “**editar imagem**”

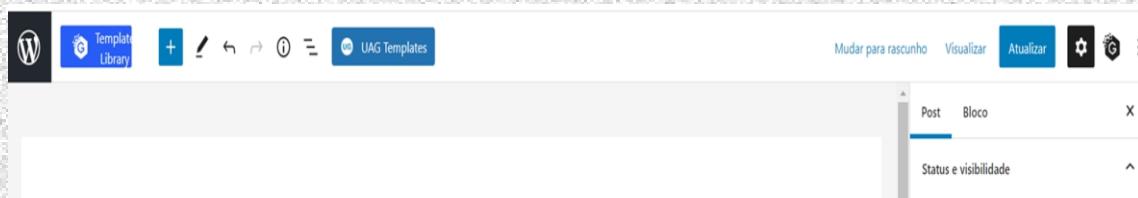
Excluir mídia do banco de dados em “**excluir permanentemente**”

Definir um título para mídia em “**definir título**”

Definir uma legenda, em “**Legenda**” e caso não queira legendas nas mídias, bastar deixar o espaço em branco.

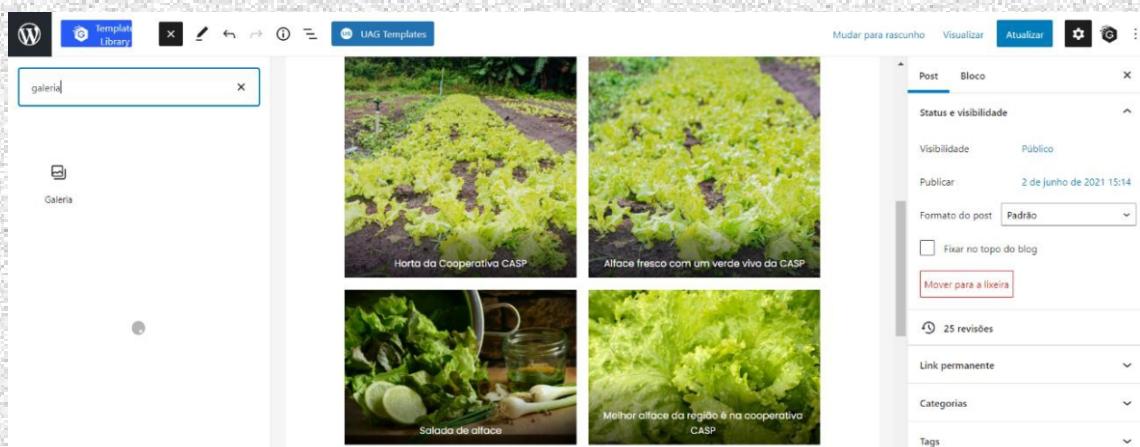
Botão Adicionar bloco de inserção

Ao clicar no botão “**Adicionar bloco de inserção**” você poderá escolher uma imagem a partir do seu banco de dados ou poderá adicionar uma nova.



Após a escolha da imagem, você poderá configurá-la como quiser. O botão adicionar bloco de inserção incluirá uma imagem no corpo do seu texto, através da opção “galeria”, conforme mostra a imagem abaixo.

Se a imagem escolhida tiver configurada com uma legenda, ela aparecerá como na imagem de exemplo.



Como adicionar categorias ou tags?

Clique no ícone de engrenagem para exibir a barra lateral do lado esquerdo da tela;

Em Categorias e Tags você poderá selecionar opções existentes ou cadastrar novas.



O que são categorias?

Categorias subdividem os conteúdos expostos em diferentes temas. Quando a postagem for efetuada será possível selecionar uma ou diversas categorias para que todas as postagens sejam encontradas dentro do tema desejado, abaixo é possível visualizar as categorias cadastradas para os posts.

Além disso, é possível adicionar novas categorias em **adicionar nova categoria**.

A screenshot of a user interface for selecting categories. At the top, there is a header bar with the word 'Categorias' and a small upward arrow icon. Below this is a list of categories with checkboxes:

- Notícias
- Curiosidades
- Eventos
- Sem categoria

At the bottom of the list, there is a blue underlined link labeled 'Adicionar nova categoria'.

O que são Tags?

Tags ou Etiquetas em português, são palavras chaves que classificam e organizam informações, agrupando os conteúdos que receberem a mesma marcação, em detalhes similares. Porém o mais importante de se usar tags em seus posts é que elas ajudam os sistemas de busca a organizar o conteúdo de acordo com temas semelhantes.

Não há limitações de quantidade de Tags por post, é possível digitar uma Tag de cada vez ou várias separadas por vírgula.

Além disso, é possível adicionar novas tags em **adicionar novas tag**.

A screenshot of a user interface for adding tags. At the top, there is a header bar with the word 'Tags' and a small upward arrow icon. Below this is a text input field with the placeholder 'Adicionar nova tag'. Inside the input field, there are two tags listed: 'hortaliças' and 'produtos', each preceded by a small 'X' icon. Below the input field, there is a note: 'Separe com vírgulas ou com a tecla Enter.'



Publicar posts



Existem três opções de status para o post:

- Salvar como rascunho: a postagem/página não está publicada, está apenas em forma de rascunho e permite que o conteúdo seja postado um outro dia.
- Revisão pendente: o post está à espera de revisão por um editor antes da sua publicação.
- Publicada: post já está postado e está no ar no site.

É possível visualizar o post antes de ser publicado oficialmente.

Quanto a visibilidade, ele pode ser visível, conforme três opções:

- PÚBLICO: todos que entrarem em seu site poderão ver.
- Protegido por senha: Protegido com uma senha definida por você. Apenas aqueles com a senha podem visualizar este post.
- Privado: Visível apenas para administradores e editores

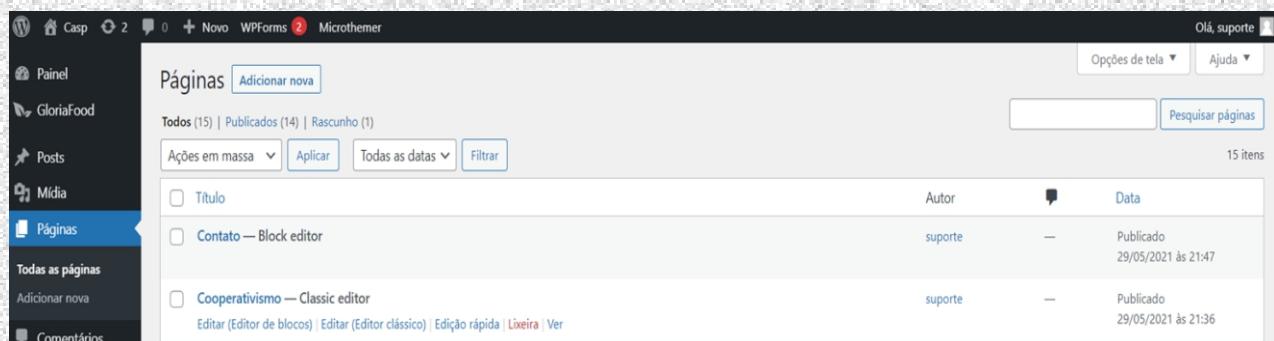
É possível publicar imediatamente o seu post ou definir uma data específica.

É possível mover post para a lixeira e mesmo com o post na lixeira você poderá restaurá-lo para publicar ou excluir definitivamente.

Como criar, editar e publicar páginas?

Acessar páginas, todas as páginas.

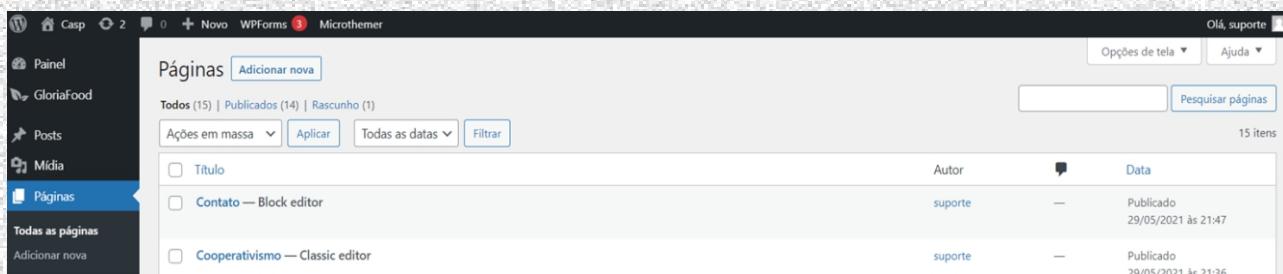
1. Filtrar páginas por status como, publicadas, pendentes entre outros.
2. Selecionar as páginas no qual você gostaria de usar alguma “ação em massa”. Clicar no botão “Aplicar” para que a ação se realize.
3. É possível filtrar todas as páginas por data.
4. Clicar em cima do “nome da página” possibilita ter acesso ao conteúdo completo para Edição.
5. Colocar o mouse sobre a linha da página aciona mais funcionalidades.
6. Mostra quando foi a última atualização de conteúdo da página.



Título	Autor	Data
Contato — Block editor	suporte	Publicado 29/05/2021 às 21:47
Cooperativismo — Classic editor	suporte	Publicado 29/05/2021 às 21:36

Adicionar páginas

Para adicionar páginas no site, será necessário clicar em páginas – adicionar nova.



Título	Autor	Data
Contato — Block editor	suporte	Publicado 29/05/2021 às 21:47
Cooperativismo — Classic editor	suporte	Publicado 29/05/2021 às 21:36
Adicionar nova		

Logo depois, aparecerá a tela abaixo, com o campo Adicionar título, que representa o título do conteúdo que você está escrevendo.

Abaixo há um campo com o texto “Comece a escrever ou digite / para escolher um bloco”, onde pode ser cadastrado o conteúdo (texto, imagens, galerias, vídeos e por aí vai).

The screenshot shows the Gutenberg editor's visual mode. At the top, there are standard browser-style navigation buttons (back, forward, search, etc.) and tabs for 'Visualizar' and 'Publicar'. Below the toolbar, the main area has a title 'Adicionar título' and a placeholder 'Digite / para escolher um bloco'. To the right is a sidebar with several sections: 'Parágrafo' (with a note about it being the fundamental block for narrative), 'Tipografia' (font size dropdown set to 'Padrão'), 'Cor' (color dropdown), and 'Configurações do texto' (checkbox for 'Letra capitular'). A '+' icon is located at the top right of the main content area.

Contudo, por padrão, esse bloco aceita apenas textos. Mas ao clicar no ícone +, localizado no lado direito, você verá todas as opções disponíveis: são os blocos do Gutenberg, destacado abaixo.

This screenshot shows the Gutenberg editor with the block inserção menu open on the left. The menu is divided into categories: 'TEXTOS' (containing Parágrafo, Título, Lista, Citação, Código, Clássico, Pré-formatado, Citação destacada, Tabela, and Verso), 'IMAGENS' (with icons for Imagem, Video, and File), 'LISTAS' (Listas numeradas e não numeradas), 'TABELAS' (Tabelas), 'CITACOES' (Citação, Código, Clássico), 'AVANÇADO' (Formas, Gráficos, Mapas, etc.), and 'MÍDIA' (Imagens, Vídeos, Áudios). The main content area shows the same 'Adicionar título' screen as the previous screenshot, with the '+' icon visible.

Gutenberg é um editor de conteúdos através de blocos, podem ser parágrafos, fotos, listas, tabelas ou qualquer tipo de conteúdo.

Cada bloco com sua função, são alguns:

Texto

- ✓ **Parágrafo:** é possível inserir bloco de texto;
- ✓ **Título:** formata cabeçalho (h1, h2, h3, h4, h5 e h6);
- ✓ **Lista:** uma lista numerada ou não, como essa aqui;
- ✓ **Citação:** bloco de texto para citar outra pessoa, por exemplo;

- ✓ **Código:** opção para inserir HTML;
- ✓ **Clássico:** bloco do editor clássico;
- ✓ **Pré-formatado:** bloco de texto pré formatado;
- ✓ **Citação destacada:** outro tipo de bloco de citação;
- ✓ **Tabela:** bloco para inserção de tabela;
- ✓ **Verso:** bloco de texto com formato de versos.

Mídia

- ✓ **Imagen:** bloco para inserir uma imagem;
- ✓ **Galeria:** exibe múltiplas imagens em formato galeria;
- ✓ **Áudio:** incorpora um reproduutor de áudio (para arquivos cadastrados no WordPress);
- ✓ **Cobertura:** bloco com opção de cor ou imagem de fundo, com formatos e alinhamentos distintos, ótimo para cabeçalhos;
- ✓ **Arquivo:** link e botão para download de arquivo, por exemplo;
- ✓ **Mídia e texto:** imagem de um lado e texto do outro;
- ✓ **Vídeo:** incorpora um vídeo de sua biblioteca de mídias ou envie um novo (para arquivos cadastrados no WordPress).

Aparência

- ✓ **Botões:** bloco para um ou mais botões;
- ✓ **Colunas:** divide o conteúdo em colunas;
- ✓ **Grupo:** combina blocos em grupo (é possível definir uma cor de fundo, por exemplo, para o grupo);
- ✓ **Leia mais:** o conteúdo antes desse bloco será mostrado no resumo da sua página de arquivos;
- ✓ **Quebra de página:** divide o conteúdo em mais de uma página;
- ✓ **Separador:** cria uma divisão entre parágrafos ou seções;
- ✓ **Espaçador:** exibe um espaço em blocos.

Alguns plugins também podem adicionar blocos às opções do Gutenberg, portanto, foi escolhido o plugin gutentor, ele possui uma grande variedade de belos blocos e temas para o editor Gutenberg e que podem ser modificados posteriormente para construir e projetar as páginas da web em minutos., são alguns deles:

- **Simple text:** Para inserir texto com opções mínimas, mas suficientes, como Alinhamento Responsivo, Tag HTML, Cor, Tipografia e Espaçamento com Margem e Preenchimento.
- **Advanced text:** Insira texto com opções mais avançadas. Use como texto normal, parágrafo e título ou crie-os de maneira mais bonita.
- **Button:** Adicionar botão com opções mais avançadas como layout de preenchimento e contorno, pequeno, médio, grande e tamanho personalizado, com ou sem ícone, cor, tipografia avançada, espaçamento com margem e preenchimento e todas as opções básicas para avançadas.
- **Image:** Insira uma imagem para criar valor extra no conteúdo.
- **Dynamic Columns:** Insira colunas dinâmicas e projete qualquer grade, coluna e design de base de tabela.
- **Advanced Columns:** Insira colunas avançadas para criar colunas personalizáveis, barra lateral, barra lateral fixa e muito mais.
- **Slider:** Insira o controle deslizante com opções avançadas e adicione quaisquer elementos dentro do slide, como texto, imagem, botão, vídeo e todos os elementos do Gutentor.

Gestão do pedido online

Acessar GloriaFood, OpenGloriaFood Admin, em seguida aparecerá a tela abaixo.

The screenshot shows the OpenGloriaFood Admin dashboard. On the left, there's a sidebar titled 'CONFIGURAÇÕES' with various sections like 'Informações básicas', 'Serviço de funcionamento', 'Pagamentos e Taxas', and 'Ementa e receção de pedidos'. The 'Endereço' section is currently selected. On the right, a large modal window titled 'Qual o endereço?' is open, prompting for address details. The form fields include 'Nome *' (Cooperativa Casp), 'Número do telefone *' (+55 91 98758 8603), 'País *' (Brazil), 'Estado' (America/Belém), 'Cidade *' (Vigia), 'Código Postal' (68780-000), and 'Endereço, número e Bairro *' (CASP - Cooperativa Agropecuária do Salgado Paraense PA-140, 62, Ví). There are also dropdown menus for 'Motos' and 'Fuso horário'.



Na tela acima, estão todas informações básicas e devidamente configuradas, como endereço da cooperativa, localização, website, e-mail, serviços e horários de funcionamento, pagamentos, pedidos. Nesta tela é possível gerir e alterar essas informações, se houver necessidade.

Para inserção e exclusão de produtos, acesse o item “**setup menu**”, será exibida a tela abaixo:

The screenshot shows a list of product categories. Each category has a small thumbnail image and a dropdown arrow icon. The categories listed are: Queijos, Iogurte Integral 200g, Iogurte Integral 900g, Bebidas Lácteas (with a 'Esconder da ementa' button), and Manteiga. At the bottom left is a 'Adicionar categoria' button.

Em “**adicionar categoria**”, será possível inserir ou esconder itens, será exibida a tela abaixo:

The form has two input fields: 'Category name' and 'Descrição da Categoria'. There is also a 'Cancelar' (Cancel) button and a green 'Guardar' (Save) button. Below the form is another 'Adicionar categoria' button.

Em seguida, insira o nome e descrição da categoria e clique em “Guardar” para salvar o item.

Após inserção, pode ser inserido imagem no ícone dessa categoria, como mostra a imagem abaixo:



Depois de inserida a categoria, será necessário adicionar os itens de cada categoria, com descrição do item e valor, clique em “Adicionar item”, depois dessa etapa, será exibida a categoria e seus respectivos itens.

Por fim, depois de adicionada as categorias e seus itens, está formada a lista de produtos do pedido, veja a tela abaixo.



