

***E-commerce* B2B focado em agricultura familiar e local**

Jonas de Godoi Pereira¹
Lucas Tamura Izumi Santos¹
Mauricio Duarte²

RESUMO

Este estudo tem como objetivo desenvolver uma plataforma de *e-commerce* B2B voltado para a agricultura familiar, unindo produtores rurais e compradores como mercados e restaurantes. A pesquisa destaca os desafios enfrentados pelos agricultores familiares, com logística e desperdício de alimentos, buscando oferecer uma solução online que amplie a visibilidade de seus produtos. A plataforma online oferece não apenas visibilidade ampliada para os produtos dos pequenos produtores, mas também, oferta produtos com imperfeições estéticas, promovendo a sustentabilidade e reduzindo o desperdício de alimentos. Ao utilizar ferramentas no-code, como Bubble e Figma, o desenvolvimento da solução foi ágil, acessível e eficiente, permitindo uma implementação rápida e econômica. Os resultados obtidos indicam que a adoção de uma plataforma digital para a comercialização de produtos da agricultura familiar não apenas expande significativamente o potencial de vendas, mas também fortalece a interação entre produtores e clientes, promovendo o desenvolvimento da economia rural e fomentando um modelo mais sustentável e integrado de produção e consumo.

Palavras-chave: *e-commerce*, agricultura familiar, B2B, desperdício de alimentos.

INTRODUÇÃO

O processo de comercialização e divulgação de produtos provenientes da agricultura familiar vem sofrendo grandes desafios em relação à logística, marketing, e à inserção de seus produtos em armazéns e supermercados (Bezerra; Schindwein, 2017; Ramírez; Sousa; López, 2020).

De acordo com a Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB, 2018), uma maneira de inserir a agricultura familiar no mercado seria o cooperativismo. A união de pequenos agricultores em busca de melhorar sua qualidade de vida cria preços mais justos em seus serviços e produtos ofertados. Contudo, o percentual de produtores que utilizam da comercialização em cooperativas é muito baixo (Costa; Junior; Silva, 2015).

Um estudo de índice de desperdício de alimentos realizado em 2019 por Loreto (2024), aponta que 17% dos alimentos produzidos foram desperdiçados. Este número

¹ Discentes em Big Data no Agronegócio na FATEC Pompeia "Shunji Nishimura", Pompeia-SP, jonasdegodoipereira@gmail.com, lucas10.tamura@gmail.com

² Docente em curso em Big Data no Agronegócio, FATEC Pompeia, Pompeia-SP, mauricio.duarte@fatec.sp.gov.br

corresponde a cerca de 931 milhões de toneladas de alimentos produzidos que não foram consumidos, enquanto aproximadamente 800 milhões de pessoas passaram fome (Loreto, 2024).

Diante desses desafios, torna-se necessário pensar em maneiras de estruturação de empreendimentos em agricultura familiar. Há uma “necessidade de pensar novas alternativas socioeconômicas que contribuam para o desenvolvimento rural, assim como as estratégias e políticas públicas de apoio à sua promoção” (Marcondes et al., 2012, p. 34).

Explorar estratégias inovadoras, como o uso de sites, redes sociais, propagandas e estipular metas a serem atingidas é essencial para conseguir atingir seus objetivos. Assim, é possível orientar as “decisões de caráter geral, as suas linhas políticas, as suas estratégias e as suas diretrizes” (Bonavigo; Gubert, 2014, p. 602).

Nesse contexto, foi realizada uma pesquisa descritiva (Diana, 2024) para reinventar a comercialização dos produtos da agricultura familiar em estabelecimentos como lojas, restaurantes e mercados de diferentes portes (Gazolla; Aquino, 2024).

O objetivo deste projeto foi criar uma plataforma de *e-commerce* que conecta diretamente agricultores familiares a compradores como mercados e restaurantes, configurando um modelo de negócio B2B (*business to business*). Com essa colaboração, os agricultores terão a divulgação de seus produtos tendo maior abrangência e visibilidade para clientes localizados em sua região ajudando na extensão no comércio de hortifrutigranjeiros. Os compradores poderão escolher a quantidade necessária de cada produto e fazer o processo de compra diretamente da plataforma ampliando o catálogo de ofertas do produtor.

O modelo B2B caracteriza-se um tipo de negócio entre empresas ou instituições para adquirem bens ou serviços e integrar em seus produtos ou serviços ou a revenda dos mesmos para outras empresas (Andersen et al., 2009).

Adicionalmente, produtos com imperfeições estéticas se encontram em uma porcentagem da produção de um agricultor. O projeto inclui uma seção dedicada à comercialização de produtos com pequenas imperfeições estéticas, evitando assim desperdícios de ambas as partes do negócio de produtos que ainda são consumíveis.

O foco é fortalecer a cadeia de comercialização entre produtores rurais e grandes compradores, facilitando a negociação em larga escala e promovendo um comércio mais sustentável e eficiente.

Durante os resultados e discussão sobre o tema, mostra-se o protótipo do projeto, em seguida, a conclusão sobre a viabilidade desta maneira de comercialização de produtos derivados da agricultura familiar, não para o consumidor final, mas sim para lojas, restaurantes e supermercados que necessitam de seus produtos em larga escala para serem utilizados para revenda ou utilização em seu dia a dia.

REVISÃO DA LITERATURA

No Brasil o *e-commerce* vem crescendo cada vez mais ao decorrer dos anos. Segundo Drucker (2000), não é mais necessário existir empresas locais ou em locais físicos distintos. Para ele será preciso as entidades se preocuparem apenas onde vender e produzir.

Reafirmando essa informação, Kotler (2000) assegura que com a revolução no âmbito da informação e da *internet* modificou intensamente o cenário de marketing, bem como se modifica o futuro de diversos participantes no processo de agregar valor.

Kotler (2000) afirma que o termo *e-commerce* pode ser utilizado para definição do comércio pela *Web*. Nota-se exemplos como transações eletrônicas, tais como o envio de pedidos de compra para fornecedores via EDI (troca eletrônica de dados). Ele sustenta que no âmbito dos negócios eletrônicos, dois elementos se destacam: a conectividade e a digitalização.

Conforme descrito por Cateora (2007 – pp.425-426), o grande diferencial deste modelo de negócio é colocar o consumidor no controle do mercado, também destaca que sem a necessidade de mediadores na efetivação da compra, o vendedor *online* deve se atentar a mais detalhes, pois seu site pode ser acessado por usuários de outros países.

MATERIAL E MÉTODOS

Para a interface e as manipulações das tabelas de dados do projeto, foi usado a ferramenta Bubble. Trata-se de uma plataforma de desenvolvimento *Full-Stack* sem código, onde é possível criar páginas *Web* de maneira simples, utilizando componentes pré-criados para personalizar cada interface de usuário de maneira rápida e eficaz. Também oferece banco de dados já integrado na plataforma, que possibilita o gerenciamento de usuários, registro de informações e manipulação dos

dados. Esta solução facilita a construção de sites robustos e interativos, tornando o desenvolvimento acessível para pessoas sem experiência técnica. (Bubble,2024)

Além das vantagens mencionadas, o uso da ferramenta Bubble também facilitou significativamente a hospedagem do projeto, uma vez que a plataforma oferece uma infraestrutura já estruturada para esse fim. Isso elimina a necessidade de configurar servidores ou lidar com provedores de hospedagem externos. Outro benefício crucial foi a comunicação integrada entre o banco de dados e o front-end. Como ambos são gerenciados dentro da própria plataforma, a sincronização de dados e a atualização das interfaces de usuário ocorrem de maneira fluida e eficiente. Essa integração completa torna o desenvolvimento mais ágil e reduz a complexidade técnica, permitindo que o foco permaneça na criação de funcionalidades e na experiência do usuário.

O *software* Figma é uma ferramenta de design colaborativa amplamente usada para a criação de protótipos e interfaces de usuário. Seus usuários podem criar prototipações de páginas de maneira rápida e colaborativa feita para equipes trabalharem com o mesmo projeto simultaneamente. Suas funcionalidades permitem a criação de componentes reutilizáveis e padronização do design, promovendo consistência visual e agilidade no processo de desenvolvimento. Assim auxiliando na criação de componentes reutilizáveis e facilitando a padronização de projetos em sua criação (Figma,2024). Durante o desenvolvimento do projeto, o Figma foi usado para a criação do *mokup* e fluxo das páginas *web*.

A ferramenta Draw.io foi utilizada para criar e confeccionar diagramas sendo necessária para fazer a modelagem do banco de dados de obter melhor capacidade de organização, onde armazena-se o modelo em nuvem para ser acessado de qualquer local e facilitar sua importação para ser visualizado da melhor maneira possível. No contexto deste projeto o software foi utilizado para modelar o banco de dados, facilitando a organização das informações e sua estruturação visual. Por permitir o armazenamento em nuvem, possibilitou-se o acesso em múltiplas plataformas, garantindo a nitidez e o acesso simplificado às informações ao longo do desenvolvimento do projeto.(Draw.io,2024)

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Durante o início do projeto desenvolveu-se a interface inicial, ilustrada na Imagem 1, de maneira intuitiva, projetada para facilitar a navegação e melhor experiência de usuário para agricultores e compradores e compradores.

Imagem 1 - Interface inicial

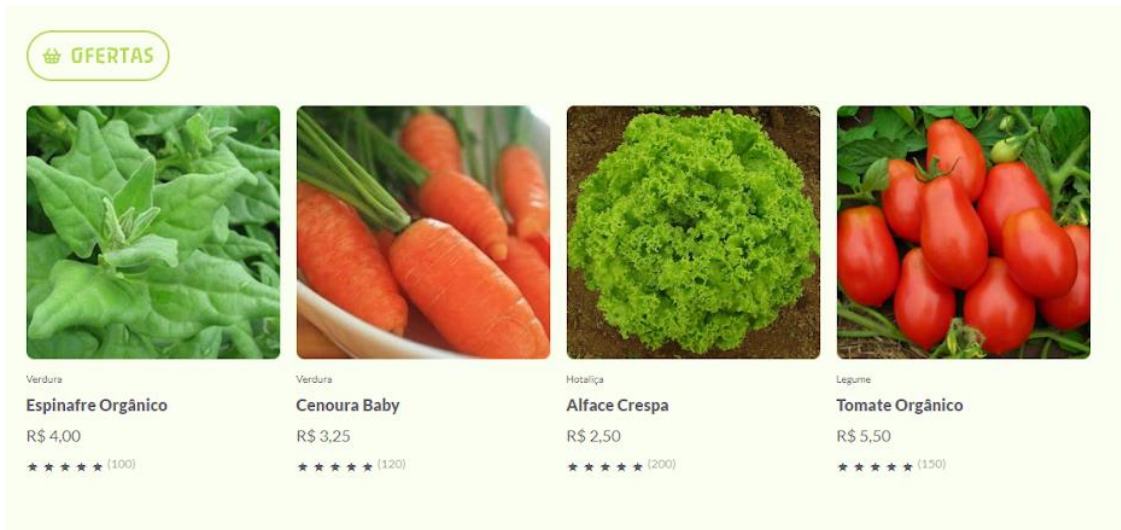


Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Foi observado alguns elementos chaves nesta tela como: ofertas, produtos, imperfeitos, pedidos e *login*.

A Imagem 2 apresenta o *banner* de ofertas com os produtos em promoção, atraindo diversos usuários e comunicando o valor de maneira clara e eficaz. O uso de imagens hortifrutigranjeiras mostra maior confiabilidade com a qualidade dos produtos na plataforma.

Imagem 2 - Ofertas de produtos



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

O acesso a outras interfaces da plataforma requer o *login*, tanto do produtor quanto do consumidor, que pode ser feito no local indicado ilustrado na Imagem 3. Após a validação do usuário, estes estarão aptos a usarem suas contas e utilizar as funcionalidades disponíveis.

Imagem 3 - Indicação de *login*



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

A Imagem 3 mostra que o *login* é realizado por e-mail e senha. No primeiro acesso é obrigatório a realização do cadastro. Percebe-se ainda que é possível recuperar a senha em acessos futuros caso necessário.

Em seguida, são apresentados três opções: a) “Entrar”, onde é feita a autenticação dos usuários, possibilitando o acesso às funcionalidades disponíveis; b) “Cadastrar-se” onde é possível criar uma conta destinada a compradores na plataforma, conforme ilustrado na Imagem 4; c) “Clique aqui para vender seus produtos” permite que o produtor possa realizar o cadastro de seus produtos e ofertas.

Imagem 4 - Cadastro de clientes e produtores

A imagem mostra a interface de usuário para o cadastro de clientes e produtores. No topo, há um menu com links para "Produtos", "Imperfeitos" e "Pedidos", além de um botão "Entrar" com um ícone de usuário. O título principal é "Cadastrar-se" com o subtítulo "Informe seus dados para iniciar sua imersão". O formulário é dividido em duas colunas de campos de entrada:

- Coluna esquerda: Primeiro nome (placeholder: Digite aqui...), Sobrenome (placeholder: Digite aqui...), Celular (placeholder: (00) 00000-0000), CPNJ (placeholder: 00.000.000/0000-00), E-mail (placeholder: email@email.com).
- Coluna direita: Razão social (placeholder: Digite aqui...), Nome fantasia (placeholder: Digite aqui...), Senha (placeholder: *****), Confirmar senha (placeholder: *****).

Um botão "Cadastrar-se" em cor verde está localizado na base do formulário.

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

A Imagem 4 destaca a tela de cadastro com os campos de primeiro nome, sobrenome, celular, CNPJ, e-mail, razão social, nome fantasia e senha. Ela busca facilitar o cadastro de compradores e vendedores, garantindo o recolhimento de informações necessárias para acesso aos recursos de maneira segura e personalizada.

Após completar o cadastro, adiciona-se novas opções para o usuário cliente como acessar perfil, carrinho e sair da conta, conforme ilustrado na Imagem 5.

Imagem 5 - Botões adicionais para clientes



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

A Imagem 6 apresenta a seção do perfil do usuário cliente, onde seus dados pessoais poderão ser atualizados.

Imagem 6 - Perfil do Cliente

A captura de tela mostra a seção "Perfil do Cliente" de uma interface web. O formulário é dividido em duas colunas: "Perfil pessoal" e "Endereço".
Perfil pessoal:
- Nome completo: Cliente
- Celular: (14) 99876-5432
- E-mail: clientedemo@email.com
- CNPJ: 46.581.681/6851-68
Endereço:
- CEP: 17567-125
- Endereço: Avenida Central
- Número: 153
- Complemento: Salão 123
- Bairro: Centro
- Cidade: Centro
- UF: SP
Um botão "Salvar" está localizado na base do formulário.

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Ao acessar o “carrinho” pode-se observar os produtos escolhidos e desejados pelo cliente. Cada item exibe o nome do produto, seu peso, preço e produtor responsável, conforme a imagem 7. É possível remover um produto do “carrinho” caso tenha sido inserido de forma acidental.

Imagem 7 - Carrinho



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Após finalizar a compra, conforme Imagem 8, é apresentado ao cliente a confirmação do endereço e, em seguida, poderá efetuar o pagamento, via plataforma bancária *Paypal*.

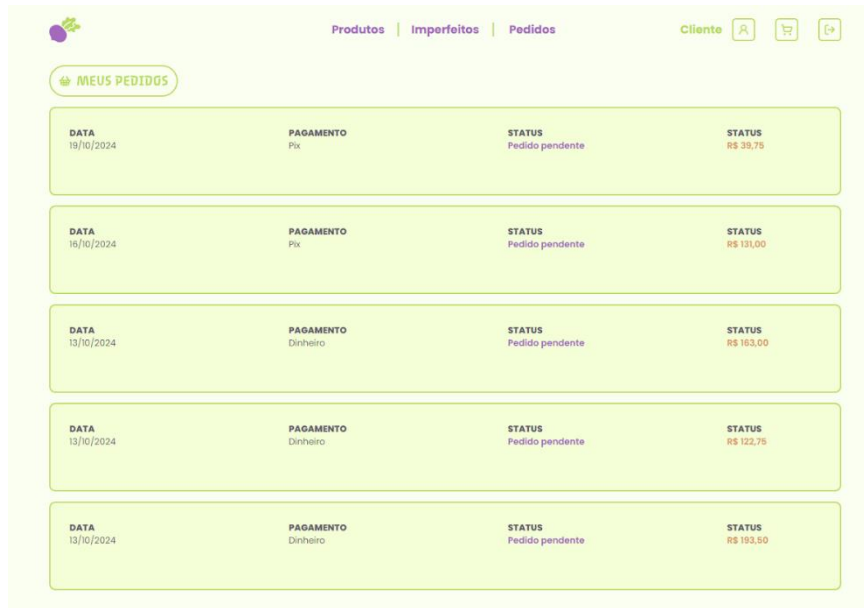
Imagem 8 - Confirmação de compra

The screenshot shows a checkout confirmation page with a light green background. The top navigation bar is identical to the previous image. The main content area is titled 'Confirme seu endereço' and contains several input fields for address information. The fields are: CEP (17567-125), Endereço (Avenida Central) and Número (153), Complemento (Salão 123), Bairro (Centro), Cidade (Centro), and UF (SP). Below the address section, there is a 'Pagamento' section with a button labeled 'Pague com PayPal'.

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

A Imagem 9 ilustra a página de gestão de pedidos, para que o usuário acompanhe o histórico de suas transações. Cada pedido tem como base sua data de realização, método de pagamento, status do pedido ("pendente", "entregue") e seu valor total.

Imagem 9 - Pedidos



DATA	PAGAMENTO	STATUS	STATUS
19/10/2024	Pix	Pedido pendente	R\$ 39,75
18/10/2024	Pix	Pedido pendente	R\$ 131,00
13/10/2024	Dinheiro	Pedido pendente	R\$ 163,00
13/10/2024	Dinheiro	Pedido pendente	R\$ 122,75
13/10/2024	Dinheiro	Pedido pendente	R\$ 193,50

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Na seção de produtos e, mostra-se ofertas disponíveis para compra. Cada produto é apresentado com uma imagem, nome do item, preço e qualidade do produto, avaliado pelos clientes. A seção “Imperfeitos” oferece produtos com imperfeições estéticas, como pequenos arranhões ou amassados, que não comprometem a qualidade dos alimentos, assim podendo ser comercializados à baixo custo evitando o desperdício. As imagens 10 e 11 apresentam a interface dos produtos e imperfeitos a fim de facilitar a escolha e compra de produtos.

Imagem 10 - Produtos



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Imagem 11 - Produtos imperfeitos



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Ao selecionar um produto, a plataforma irá fornecer seus dados completos. Pela Imagem 12, percebe-se a imagem principal do item, com miniaturas à esquerda adicionais. Ao lado, o nome, avaliação e valor da mercadoria. A interface possibilita que o cliente selecione a quantidade desejada, enviando-a ao carrinho com facilidade. Informações adicionais como categoria do produto, tipo de embalagem, dados do produtor, descrição do produto e dados do fabricante podem ser encontradas mais abaixo.

Imagem 12 - Descrição do produto



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Na mesma tela são apresentados duas seções: “Produtos relacionados”, Imagem 13, sugerindo outros produtos de mesma classificação do produto atual e “Sugestões de compra”, Imagem 14, mostrando produtos similares ou complementares, ajudando na experiência de compra e navegação da plataforma.

Imagem 13 – Produtos relacionados



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Imagem 14 –Sugestão de compra



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Ao efetuar o login como produtor, adiciona-se dois novos campos, como “Meus produtos” e “Vendas”. Na primeira aba é possível verificar informações como nome, valor e número de vendas realizadas. Cada item possui ações, habilitando edição e exclusão de produtos, verificados na Imagem 15, onde também é possível observar a opção de cadastrar novos produtos na plataforma.

Imagem 15 – Meus produtos



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Para cadastrar um novo produto é apresentado um formulário contendo campos para informar o nome, preço, desconto, quantidade, unidade, categoria, descrição e imagens do produto. Há também a opção de marcar o produto como "imperfeito", caso apresente pequenos defeitos visuais, mas ainda assim seja consumível, ilustrado na Imagem 16.

Imagem 16 – Novo produto



O formulário, intitulado "Novo produto", contém os seguintes campos e elementos:

- Nome:** Campo de texto com o valor "Morangos saborosos".
- Preço (R\$):** Campo de texto com o valor "30,00".
- Desconto (R\$):** Campo de texto com o valor "5,00".
- Quantidade:** Campo de texto com o valor "20".
- Unidade:** Menu suspenso com o valor "Kg".
- Categoria:** Menu suspenso com o valor "Fruta".
- Descrição:** Área de texto contendo o seguinte conteúdo: "Delicie-se com nossos morangos frescos, colhidos à mão e cuidadosamente selecionados! Com uma cor vibrante e vermelha, esses morangos são sinônimo de frescor e qualidade. Cada fruto é repleto de suco e sabor doce, perfeito para ser saboreado puro ou como ingrediente em diversas receitas."
- Imagem:** Área para upload de imagens, contendo uma grande imagem principal de morangos e duas miniaturas de exemplo.
- Opção de produto imperfeito:** Caixa de seleção desativada com o rótulo "Produto imperfeito".
- Botão de ação:** Botão "Cadastrar" em um fundo verde escuro.

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Na imagem 17, aponta-se as vendas dos produtores, possibilitando seu gerenciamento. Nela, os itens são mostrados com detalhes como quantidade, preço e informações dos clientes. Com os ícones, é possível identificar qual o status do pedido: concluídos ou pendentes de entrega.

Imagem 17 - Vendas



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

A Imagem 18 apresenta a seção de perfil do produtor, onde é possível atualizar suas informações pessoais e de endereço. Verifica-se o campo dedicado a inserir o “ID PayPal” utilizado para recebimento de pagamentos realizados pelos clientes.

Imagem 18 – Perfil do produtor

A interface de usuário para o perfil do produtor mostra o título 'Mantenha seus dados atualizados' e o mesmo menu de navegação da imagem anterior. O formulário é dividido em duas seções principais:

- Perfil pessoal:** Campos para Nome completo (Produtor), Celular ((14) 98765-4132), E-mail (produtordemo@email.com) e CNPJ (344.587.309-00012).
- Endereço:** Campos para CEP (17510-190), Endereço (Rua Pires do Rio) e Número (131), Complemento, Bairro (Araja), Cidade (Araja) e UF (SP).

Um campo adicional para 'ID PayPal' (kjn234#265jns#@%ksaj) está destacado com um retângulo vermelho. Um botão 'Salvar' está localizado na base do formulário.

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Embora o protótipo desenvolvido tenha demonstrado potencial significativo para conectar agricultores familiares a compradores, algumas limitações foram identificadas. Primeiramente, a escalabilidade da plataforma pode ser um desafio, especialmente se o número de usuários crescer rapidamente. A infraestrutura atual pode necessitar de melhorias para suportar um volume maior de transações e acessos simultâneos.

Além disso, a interface do usuário, embora funcional, pode ser aprimorada para oferecer uma experiência mais intuitiva e agradável. Investir em testes de usabilidade e feedback contínuo dos usuários pode ajudar a identificar pontos de melhoria na navegação e na apresentação dos produtos.

Outro ponto a ser considerado é a integração com sistemas de pagamento e logística. Atualmente, a plataforma utiliza o PayPal, mas a inclusão de outras opções de pagamento, como PIX, pode facilitar ainda mais as transações. No que diz respeito à logística, parcerias com empresas de transporte locais poderão otimizar a entrega dos produtos, garantindo maior eficiência e redução de custos.

Para o futuro, é essencial considerar a implementação de funcionalidades adicionais, como um sistema de recomendação personalizado, que sugira produtos com base no histórico de compras e preferências dos usuários. A criação de um aplicativo móvel também pode ampliar o alcance da plataforma, tornando-a mais acessível para agricultores e compradores que preferem utilizar dispositivos móveis.

A plataforma poderá se beneficiar de um módulo de análise de dados, que permita aos agricultores monitorar suas vendas, identificar tendências de mercado e ajustar suas estratégias de produção e comercialização de acordo com as demandas dos clientes.

CONCLUSÕES

As transformações digitais mostram o quanto elas contribuíram para novos modelos de negócios. O projeto tema deste trabalho por utilizar de uma plataforma *e-commerce B2B*, apresenta uma solução promissora para a ampliar a visibilidade e o volume de vendas de agricultores familiares. Conectar agricultores com compradores em mercados, restaurantes e outros estabelecimentos comerciais espera-se um

acesso mais eficiente e direto ao mercado, aumentando a visibilidade e alcance dos produtos locais.

Aplicar uma estratégia para produtos com pequenas imperfeições estéticas permite uma alternativa sustentável para reduzir o desperdício, possibilitando a comercialização de alimentos que seriam descartados por questões visuais. A utilização da plataforma contribuirá para um abastecimento de alimentos na região local, tudo isso em uma interface intuitiva e acessível.

Ferramentas no-code, como Bubble, possibilitaram um desenvolvimento mais rápido, transformando o processo de criação mais ágil. Com sistema proposto, pode-se focar em negociações em larga escala, ajudando a integrar produtores no mercado e contribuindo para o desenvolvimento rural.

Como proposta de continuidade deste projeto, propõe-se uma prova de conceito para entender os pontos fortes da plataforma e aprendizados para melhoria, ampliando a prospecção de agricultores e potenciais clientes. O modelo de negócio B2C (*business to customer*) também é um recurso a ser explorado para aumentar a visibilidade e engajamento da plataforma, sendo necessário, ajustes para comportar esse tipo de venda.

A transformação do modelo de e-commerce B2B para B2C apresenta uma oportunidade significativa para ampliar o alcance e o impacto da plataforma, permitindo que agricultores familiares vendam diretamente aos consumidores finais. No entanto, essa transição envolve desafios como a complexidade logística, a gestão dinâmica de estoque e a necessidade de uma interface de usuário mais intuitiva. Estabelecer parcerias com empresas de logística especializadas, investir em sistemas avançados de gestão de estoque e realizar testes de usabilidade são soluções que podem mitigar esses desafios. Além disso, ajustar a estratégia de marketing para atrair consumidores finais, utilizando campanhas digitais direcionadas e programas de fidelidade, pode aumentar a visibilidade e o engajamento da plataforma.

Portanto, a implementação deste projeto pode transformar a forma como a agricultura familiar interage com o mercado, visando um processo mais eficiente, inclusivo e sustentável.

REFERÊNCIAS

ANDERSEN, J. C., Narus, J. A., & Narayandas, D. **Business Market Management - Understanding, Creating, and Delivering Value (3rd ed.)**. Pearson International Edition, (2009).

BEZERRA, Gleicy Jardim; SCHLINDWEIN, Madalena Maria. **Agricultura familiar como geração de renda e desenvolvimento local: uma análise para Dourados, MS, Brasil**. Interações (campo Grande), [s.l.], v. 18, n. 1, p.3-15

BONAVIGO, Leonir. GUBERT, José E. **Diagnóstico das secretarias municipais de aquicultura quanto à elaboração do plano municipal de desenvolvimento rural (PMDR): região da associação dos municípios da zona de produção (AMZOP) do estado do Rio Grande do Sul**. Desenvolvimento rural e agricultura familiar: [recurso eletrônico] produção acadêmica da Ascar / organizado por Décio Cotrim. - Porto Alegre, RS: Emater/RS-Ascar, p. 600-623

BUBBLE. **Bubble: The no-code app development platform for everyone**.2024. Disponível em: <https://bubble.io/features>. Acesso em: 26.ago.2024

CATEORA, PHILIP R. **International Marketing.**, John L. Graham – 13th edition. 2007.

COSTA, Bianca Aparecida Lima; AMORIM JUNIOR, Paulo Cesar Gomes; SILVA, Marcio Gomes da. **As Cooperativas de Agricultura Familiar e o Mercado de Compras Governamentais em Minas Gerais**. Revista de Economia e Sociologia Rural, [s.l.], v. 53, n. 1, p.109-126.

DIANA. **Pesquisa descritiva, exploratória e explicativa**.2024. Disponível em: <https://www.diferenca.com/pesquisa-descritiva-exploratoria-e-explicativa/>. Acesso em: 09.set.2024

DRAW.IO. **Draw.io: The diagramming tool for every team**. Disponível em: <https://drawio-app.com/>. Acesso em:26.ago.2024

DRUCKER, PETER. **O futuro já chegou**. Revista Exame, ed 710, p.112-126, mar., 2000.

FIGMA. **Figma Design**.2024. Disponível em: <https://www.figma.com/pt-br/design/>. Acesso em:26.ago.2024

GAZOLLA, AQUINO. **Reinvenção dos mercados da agricultura familiar no Brasil: a novidade dos sites e plataformas digitais de comercialização em tempos de Covid-19**. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/5999/599970113009/599970113009.pdf>. Acesso em: 08.mar. 2024.

KOTLER, PHILIP (2000). **Administração de Marketing**. 10a Edição. São Paulo, Prentice Hall. Acesso em:06.out.2024

LORETO. **Proposição para o desenvolvimento de um modelo para a quantificação do potencial desperdício de alimentos na agricultura**. 2021.

Disponível em: <http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/handle/1/26642> . Acesso em:11.set.2024

MARCONDES et al. **Os empreendimentos de agregação de valor e as redes de cooperação da agricultura familiar de Santa Catarina.** 2012. Florianópolis: Epagri, 2012.