

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

FACULDADE DE PLANALTINA

KESSIA RIBEIRO LOPES

**O AVANÇO DA TECNOLOGIA NO AGRONEGÓCIO**

KESSIA RIBEIRO LOPES

## **O AVANÇO DA TECNOLOGIA NO AGRONEGÓCIO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Gestão do Agronegócio, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Gestão do Agronegócio, na Universidade de Brasília.

**Orientadora:** Luciana de Oliveira Miranda

## FICHA CATALOGRÁFICA

RIBEIRO LOPES, KESSIA

O avanço da tecnologia no Agronegócio/ Kessia Ribeiro Lopes. UNB: Universidade de Brasília-Planaltina-DF, 2021.

Páginas: 20

Orientadora: Prof<sup>a</sup>: Luciana de Oliveira Miranda

Trabalho de conclusão do curso de Gestão do Agronegócio- Universidade de Brasília.

1. Agronegócio
2. Tecnologia
3. Economia

## **O AVANÇO DA TECNOLOGIA NO AGRONEGOCIO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Gestão do Agronegócio, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Gestão do Agronegócio, na Universidade de Brasília.

**Orientadora:** Luciana de Oliveira Miranda

## **DEDICATÓRIA**

Dedico esse trabalho primeiramente a mim, pois foi eu que lutei diariamente buscando forças, ficando acordada e tentando me dedicar e assimilar meus horários do trabalho e estudo ao máximo e assim não desistir desse trabalho de conclusão de estágio e, em segundo lugar, dedico esse trabalho a toda a minha família, que deposita tanta esperança em mim fazendo com que eu me motive a melhorar a cada dia mais.

## **AGRADECIMENTO**

Agradeço a Deus por ter me possibilitado e me dado forças para continuar e chegar onde cheguei quando tudo sobrava contra a minha permanência na Universidade.

Agradeço a minha família que sempre me motivou.

Agradeço a alguns antigos colegas meus da faculdade que me ajudaram em vários trabalhos acadêmicos, me incentivaram e motivaram a não desistir e continuar estudando.

Agradeço ao DDS, pois sem a bolsa socioeconômica eu jamais conseguiria continuar estudando, pois minha renda é baixa e eu preciso trabalhar para me sustentar.

Meus agradecimentos são muitos e agradeço de coração a todos que me ajudaram nessa longa e dura caminhada desde que eu entrei na Universidade de Brasília.

A todos vocês, muito obrigada!

“Não é o mais forte que sobrevive, nem o mais inteligente, mas o que melhor se adapta às mudanças”

Charles Darwin

## Resumo

O Agronegócio é o conjunto de todas as operações que envolvem a cadeia de atividades agrícolas e pecuária, ou seja, é toda a cadeia produtiva que está por trás da agricultura e pecuária, no qual envolve todas as etapas necessárias, sejam elas o setor primário (produção), secundário (processamento) e terciário (distribuição). Mas o agronegócio é um sistema em evolução e quanto mais a população, a renda e o consumo aumenta, mais o agronegócio precisa evoluir e aumentar a produtividade para suprir a demanda e para isso, a tecnologia favorece e facilita muito a produção no campo, pois as máquinas conseguem produzir bem mais em pouco tempo e com menos custos do que a mão-de-obra. A tecnologia hoje em dia é uma grande ferramenta usada por diversos setores, inclusive no setor do agronegócio, pois ela facilita muito a vida do agricultor diminuindo o serviço braçal, alcançando resultados mais rápidos e precisos, além de melhorar o processo produtivo, o processo genético das plantas e também traz mais rentabilidade para o empresário rural.

**Palavras-chave:** Agronegócio; Agricultura; Pecuária; Tecnologia.



## Abstract

Agribusiness is the set of all operations that involve the chain of agricultural and livestock activities, that is, it is the entire production chain that is behind agriculture and livestock, which involves all the necessary steps, whether they are the primary sector (production), secondary (processing) and tertiary (distribution). But agribusiness is an evolving system and the more the population, income and consumption increases, the more agribusiness needs to evolve and increase productivity to meet demand and for that, technology favors and greatly facilitates production in the field, as machines are able to produce much more in a short time and at less cost than labor. Technology today is a great tool used by various sectors, including the agribusiness sector, as it greatly facilitates the life of the farmer by reducing manual work, achieving faster and more accurate results, in addition to improving the production process, the process plant genetics, it also brings more profitability to rural entrepreneurs.

Keywords: Agribusiness; Agriculture; Livestock; Technology.

|

## SUMÁRIO

|

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>11</b>
<b>2 OBJETIVOS.....</b>	<b>12</b>
<b>2.1 Objetivo Geral.....</b>	<b>12</b>
<b>2.1.1 Objetivo Específicos.....</b>	<b>12</b>
<b>3. REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>13</b>
<b>3.1 Agronegócio.....</b>	<b>13</b>
<b>3. Inovação e o Agronegócio .....</b>	<b>14</b>
<b>3.3 Inovação no agronegócio durante a pandemia.....</b>	<b>15</b>
<b>3.4 Marketing no agronegócio.....</b>	<b>16</b>
<b>4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>17</b>
<b>5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS.....</b>	<b>18</b>

|

|

|

## 1 INTRODUÇÃO

O setor do agronegócio vem se tornando cada vez mais competitivo e nos últimos anos vem assumindo uma grande posição de destaque no ramo econômico, nas pautas de discussão e até virando destaque dos holofotes, pois mesmo em um momento de crise no país, seja ela econômica ou política o agronegócio continua dando destaque na expansão de produtividade, produção e na geração de empregos.

O Brasil é um dos principais exportadores mundiais de café, soja, açúcar, carne bovina fresca, congelada e/ou refrigerada, sendo atualmente como uma grande potência no setor do agronegócio e esse destaque conta muito com a adoção e adaptação de novas tecnologias, no qual reflete no processo produtivo e assim resultando no aumento de rentabilidade dos negócios no setor do agronegócio no Brasil.

Entretanto, nem tudo são flores, pois o agronegócio brasileiro ainda enfrenta muitos desafios e tem muito o que inovar e evoluir de forma estratégica, competitiva e sustentável para que consiga cumprir com o objetivo de atender a demanda interna, para que venha conquistar e assim manter seu espaço no mercado externo, fornecendo seus produtos de qualidade e com preços acessíveis e atrativos. Segundo EFRAT (2014, p. 02)

(...) as organizações possuem uma capacidade de inovar, no qual é considerado como um fator essencial para o prosseguimento e desenvolvimento das estratégias de negócios dando alargamento econômico e social para diversos países.

Então, a inovação associada está ligada à aplicação de novas ideias, no conhecimento dos produtos, processos, serviços e nos novos procedimentos que serão melhores adaptados para a organização. Mas para isso, terá que estar preparados para grandes desafios existentes nesse ramo do agronegócio, sejam eles logísticos ou não.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo Geral**

Descrever, através de pesquisa bibliográfica, a importância da inovação para o avanço do agronegócio no Brasil.

#### **2.1.1 Objetivos Específicos**

- Ressaltar, através de pesquisas bibliográficas, a importância que o avanço do agronegócio tem e como a inovação é fundamental para a sua sobrevivência dele.
- Averiguar os meios pelo qual o agronegócio foi obrigado a se adaptar para se manter no mercado.
- Revisar a importância que a inovação tem na rotina do agronegócio.

Com isso, a metodologia empregada nessa pesquisa a respeito do tema “O avanço do Agronegócio” foi a revisão bibliográfica, no qual visa contextualizar através de livros e artigos os métodos aplicados para tal pesquisa, abordando algumas teorias de outros autores com o intuito de enriquecer o conhecimento sobre o tema abordado.

### **3. REFERENCIAL TEÓRICO**

#### **3.1 Agronegócio**

Considerado como um dos principais setores da economia brasileira, o agronegócio envolve tanto a cadeia de atividades da produção agrícola, como também o desenvolvimento de máquinas agrícolas e o desenvolvimento de tecnologias para dinamizar todas essas atividades. Entretanto, ao contrário do que muitos imaginam, o agronegócio vai além do que está ligado somente ao campo, pois o agronegócio integra práticas tanto no meio urbano quanto no meio rural, sendo ela direta ou indireta.

Como diz Pacheco (2012, p.19), o agronegócio está relacionado a cadeia produtiva, onde as atividades de produção estão correlacionadas umas com as outras. Assim, a produção agrícola não está somente dentro da propriedade rural, necessitando de insumos fora da fazenda.

Bom, mas falar de economia, já se pensa no PIB, e o agronegócio tem um papel importantíssimo neste indicador, sendo ele um segmento de grande representatividade econômica e é responsável por grande parte das exportações, tornando o Brasil um dos líderes mundiais nesse setor e também responsável por 22% do PIB nacional, segundo o banco de dado que foi divulgado em 2008 pelo Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada da Esalq/USP (CEPEA). Também segundo a CEPEA, nos três primeiros meses de 2019, 18,07 milhões de pessoas ocupavam em algum setor de produção rural.

E os desafios do agronegócio continuam, pois a tendência é sempre evoluir de forma competitiva e sustentável para que assim possa atender toda a demanda no mercado tanto interno, quanto externo e assim conquistar e manter o seu espaço.

O Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA), destaca que o Brasil tem realizado vários investimentos com o intuito de estimular ainda mais o setor da Agricultura Pecuária e Abastecimento elaborando mecanismos para unir o desenvolvimento e a preservação ambiental através do agronegócio.

|

No Brasil nas décadas de 1970 e 1980, graças a tecnologia o agronegócio brasileiro teve um enorme impulso proporcionando o domínio da gama de produtos agropecuários e também de regiões, fazendo com que o Brasil se destacasse com o seu potencial elevado em condições globais e com isso chamou a atenção de todos os nossos parceiros e competidores. Como diz Lourenço e Lima (2020, p 04):

nas décadas de 70 a 90, o agronegócio e a agropecuária usufruíram do desenvolvimento da área de ciência e tecnologia, que proporcionou a utilização de terras antes impróprias, originando novos produtos. Esse período destacou o Brasil em nível mundial.

É sempre bom ressaltar de que o agronegócio é um dos grandes responsáveis pela economia do país, se tornando de suma importância para o crescimento do país, mas para isso, é fundamental que venham investir e/ou continuar investindo pesado no agronegócio para que ele venha continuar crescendo e se destacando positivamente e levando o país junto.

### **3.2 Inovação e o Agronegócio**

Inovar é acompanhar os novos termos da sociedade, é criar caminhos e estratégia, é andar atualizado e preparado para novos desafios. Com o surgimento do novo coronavírus, as empresas foram obrigadas a tomar decisões rápidas e inovar para manter seu negócio em funcionamento e impedir de ter que fechar as portas, e nisso surgiram muitas inovações, algumas delas foi o drive-thru, drive-in, cartão por aproximação, Pix e o mais requisitado e que já era bastante usado e foi fortemente usada pelas empresas, a ferramenta WhatsApp. O WhatsApp foi uma ferramenta que de fato quem não usava, foi obrigada a usar e quem já usava usou mais ainda, pois o WhatsApp foi essencial para as vendas dos produtos online. Como diz Morschel et al. (2013, p. 219)

A inovação é identificada a partir das mudanças que ocorrem no cenário social e econômico, tendo em vista que estas acarretam na forma como as organizações buscam novas maneiras de manterem-se ativas no mercado que atuam.

No agronegócio as inovações vão além do que muitas pessoas imaginam, porque inovar não é somente ter uma rede comunicável em mãos, mas sim

inovar em tudo, sejam elas inovar nos produtos, nos processos, nas organizações e também inovar no marketing, ou seja, investir em ferramentas de trabalho que venha acarretar em menos horas de trabalho e mais produção é uma forma de inovar, mandioca e alho descascados por exemplo, é uma forma de inovar, pois muitas pessoas preferem comprar determinado alimento já fácil para o preparo ou até já preparados e que precise apenas esquentar, porque sim, com a inovação já tem até a venda de comidas prontas só embaladas precisando apenas esquentar.

Segundo a conclusão de Garcia (2007, p. 31-47) a inovação está ligada na forma com que as organizações executam soluções criativas para atenderem as necessidades dos consumidores.

Existem diversas ferramentas que auxiliam no empreendimento e são disponíveis e de fácil acesso aos proprietários, cabe a eles aderirem a elas e as integrar em seus ativos ampliando a rentabilidade gerada durante a operação de qualquer que seja o ramo atuante.

### **3.3 Inovação no agronegócio durante a pandemia**

No cenário atual de todo o mundo em relação a pandemia do novo coronavírus, vários setores da economia tiveram que se reinventarem para passarem por essa situação e não haver grandes quedas de produção e de serviços.

Com o agronegócio brasileiro não foi diferente as empresas e produtores tiveram que pôr em prática medidas de diminuir os impactos das medidas adotadas para a contenção da doença que afetaram diretamente na distribuição, produção, demanda por insumos. O fechamento de comércio, feiras entre outros distribuidores de produtos e serviços é uma dessas medidas.

Oferta e compra de produtos alimentícios por meio de veículos virtuais, por meio de aplicativos de contato ou de plataformas de vendas de produtos do varejo, é uma das principais mudanças feitas em consequência da pandemia no que diz respeito a comercialização de alimentos. (SCHNEIDER ET AL, 2020)

Podemos observar que o uso da internet foi um fator de grande importância para a inovação dos produtores e empresas agrícolas durante a crise que

a pandemia causou, servindo de válvula de escape para a venda de produtos e oferta de serviços agrícolas durante o fechamento de espaços e das medidas sanitárias impostas para a contenção da doença.

### **3.4 Marketing no agronegócio**

A cadeia produtiva agrícola engloba diversos segmentos que necessitam de estratégias de vendas específicas para a eficácia da produção. Sabendo que o sistema produtivo não é somente dentro da fazenda com a produção, as empresas do agronegócio precisam de uma estratégia de marketing para a venda de seus insumos.

A organização deve ser modernizar seus produtos e agregar valor a eles para que haja um diferencial na visão dos clientes. Essa inovação exige investimento em tecnologias para sua implementação (GIRARDI, 2002). Essas inovações para serem conhecidas pelos consumidores de insumos agrícolas ou até produto final deve vir atrelada a um plano de marketing.

As decisões de marketing para o agronegócio podem ser associadas aos sistemas de informação que é uma forma estruturada para o recolhimento e investigação de informações coletadas (GIRARDI, 2002).

As pesquisas de mercado pode ser uma grande estratégia de marketing dentro do de empresas do agronegócio para aumento de suas vendas no setor. Esse método consiste em diferenciar as diversas particularidades de certo mercado e em certo período (GIRARDI, 2002).

Diante das observações feitas devemos entender que os indivíduos que produzem produtos que se encaixam na definição do agronegócio devem investir em estratégias de marketing que sejam eficazes e em inovação em seus produtos/serviços para que suas vendas e produção sejam eficazes.

|



## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Conclui-se que o agronegócio tem uma grande capacidade e potencial para se expandir mundo a fora, mas para isso ele tem o desafio de se entregar e adaptar as grandes mudanças ocorridas no dia a dia. A inovação é a base principal para isso, pois como visto, uma empresa desatualizada, perde grandes oportunidades e clientes, diferente de uma que é apta as inovações e consegue se erguer independentemente dos desafios postos à sua frente.

Além disso, entende-se que o avanço do agronegócio tem muito a ver com quem está à frente da empresa, como é a organização, métodos e desafios traçados pela empresa e como se manter mesmo enfrentando uma grande crise e continuar aumentando gradativamente os seus lucros.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CEPEA** (Centro de ensino avançado em economia aplicada): PIB DO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO (14/09/2021, p. 01).
- EFRAT, K.** The direct and indirect impact of culture on innovation. **Technovation**, v. 34, PG 01. 12-20, 2014.
- GARCIA, N. N.** La Gestión del Conocimiento como Fuente de Innovación. **Revista Escuela de Administración de Negócios**, n. 61, p. 77-87, 2007.
- GIRARDI, Reni Eduardo.** **Estratégias de marketing no agronegócio de semente de soja.** Universidade federal de Santa Catarina. Florianópolis. 2002.
- LOURENÇO, Joaquim.** Histórico e Evolução do Agronegócio Brasileiro. Disponível em:[https://www.sucessonocampo.com.br/historico-e-evolucao-do-agronegocio-brasileiro\\_pg.04/](https://www.sucessonocampo.com.br/historico-e-evolucao-do-agronegocio-brasileiro_pg.04/). Acesso em 03 de janeiro de 2020.
- MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO.** **Plano Agrícola e Pecuário 2011- 2012** / Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Política Agrícola. – Brasília: Mapa/SPA, pág. 92. ISSN 1982-4033, 2011.
- MORSCHER, E. L. et al.** A influência da cultura organizacional no processo de inovação: o caso da águia sistemas de armazenagem em ponta grossa, Paraná. **RAI**, v. 10, n. 2, p. 219-237, 2013.
- PACHECO A. M; SANTOS, I. R. C; HAMZÉ, A. L; MARIANO, R. S. G; SILVA, T. F; ZAPPA, V.** A importância do agronegócio para o Brasil – revisão de literatura. **Revista Científica Eletrônica de Medicina Veterinária** – ISSN: 1679-7353 Ano X – Número 19 –julho de 2012.
- Pedro Vieira Souza Santos e Maurílio Arruda de Araújo.** *Revista Latino-Americana de Inovação e Engenharia de Produção*, v. 5. n. 7. p. 31-47, 2017.
- SCHNEIDER, Sergio; CASSOL, Abel; LEONARDI, Alex; MARINHO, Marisson de M.** **Os efeitos da pandemia da Covid-19 sobre o agronegócio.** Estudos Avançados. 2020.

