

FACULDADES DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS DE SERGIPE
MBA MARKETING ASSESSORIA E COMUNICAÇÃO INTEGRADA

ALANA GLEYCE MORAES SANTOS

**INOVAÇÃO TECNOLÓGICA E AUMENTO DE VENDAS E CRESCIMENTO DO
AGRONEGÓCIO EM PARIPIRANGA/BA**

ARACAJU

2018

ALANA GLEYCE MORAES SANTOS

**INOVAÇÃO TECNOLÓGICA E AUMENTO DE VENDAS E CRESCIMENTO DO
AGRONEGÓCIO EM PARIPIRANGA/BA**

Artigo Científico apresentado à Coordenação do curso de Pós-graduação no MBA Marketing, Comunicação e Assessoria Integrada. Como requisito parcial para aprovação no título de pós-graduada.

Orientador: Allan Alberto Santos de Oliveira.

Coordenador: Allan Alberto Santos de Oliveira.

ARACAJU

2018

RESUMO

O presente projeto monográfico traz o resultado de uma pesquisa elaborado com intuito de avaliar o processo da inovação tecnológica do agronegócio como contribuinte de forma significativa ao aumento do número de vendas agrícolas na região de Paripiranga, analisando também seus benefícios com o uso da tecnologia no processo de produção, onde deste modo desenvolve fatores de crescimento e desenvolvimento, pois com a pesquisa, entendeu-se que agricultura tornou-se uma das bases cruciais para desenvolvimento socioeconômico da região. Em um segundo momento, se expos o estudo sobre os impactos sociais provocados pela inovação que subtede-se como positivos e negativos através de seus mecanismos de produção, pois estes processos em alta escala introduzem grande movimentação pecúnia na economia e em muitos dos âmbitos, demonstrando o conhecimento dos agricultores através do paradigmas da inovação de maneira a avaliar todos os procedimentos de obtenção de sucesso no ambiente de produção agrícola e entender a necessidade de mudança dos impactos sociais negativos, visando transforma-los em positivo para que a nova geração possa desfruta de um ambiente tecnológico saudável. Em seguida, além do relacionamento do conteúdo trabalhado com a revisão bibliográfica procedeu-se o marco analítico, no qual descreve a metodologia de pesquisa aplicada através de questionários aplicados a empresas que fazem parte indução ao uso da tecnologia por seus clientes como estratégias de vendas e marketing. Por fim, se faz uma conclusão acerca da importância do marketing e investimento em tecnologia no agronegócio para impulsionar as vendas e crescimento da empresa.

PALAVRAS-CHAVES: Inovação tecnológica. Marketing. Vendas. Investimentos.

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Quais foram os fatores que motivaram a empresa a comercializar produtos com favorecimento da tecnologia produtivas?.....	17
QUADRO 2 – A empresa entende a importância em acompanhar o processo de modernização do agronegócio?	17
QUADRO 3 – A empresa compreende os impactos positivos econômicos a partir da comercialização de produtos com potenciais produtivos com base da tecnologia?	18
QUADRO 4 – A organização visualiza a oportunidade que a constante evolução das técnicas e produtos com uso da tecnologia podem promover a empresa e em contrapartida aos seus clientes?	18
QUADRO 5 – A empresa tem um gerenciamento que enfatiza a importância em desenvolver técnicas que possibilitem impactos sociais positivos a sociedade?	18
QUADRO 6 – A organização identifica que vem transformando a economia agrícola no município e que com a inovação tecnológica do agronegócio os agricultores vêm obtendo altos índices produtivos?	19
QUADRO 7 – Quais fatores organizacionais a empresa executa de modo a manter a preocupação com o meio ambiente com a constante comercialização dos mecanismos da tecnologia para o processo produtivo de seus clientes?	19
QUADRO 8 – Como a empresa visa acompanhar a evolução da inovação tecnológica e continuar promovendo impactos sociais positivos a sociedade?	20

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	5
1.1 Introdução	5
2 DESENVOLVIMENTO.....	7
2.1 Inovação tecnológica no aumento das vendas.....	7
2.2 Conceito da inovação tecnológica no agronegócio.....	11
3 ANALISE DOS RESULTADOS	16
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	22
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA.....	23
ANEXO.....	25
ANEXO A - Questionário aplicado a empresa rural e grãos da terra	26

1 INTRODUÇÃO

1.1 Introdução

A criação de mecanismos agrícolas, aliada ao agrupamento da tecnologia no processo produtivo, é possível perceber um crescente avanço nas variáveis que interferem de modo positivo na obtenção de altos índices de produtividade agrícola o município de Paripiranga, assim como em outros Estados brasileiros. Esse desenvolvimento no processo agrícola aumenta gradativamente a renda dos indivíduos inseridos nesse tipo de atividade, assim com aumenta, também, a renda do município, de modo a promover o desenvolvimento socioeconômico. Neste sentido, o uso da inovação tecnológica como estratégia de marketing e vendas no processo de produção agrícola possui finalidades que visam as vertentes de lucros e, para muitos dos agricultores, gera uma inserção em impactos sociais.

Mediante todo conteúdo trabalhado, para a construção e desenvolvimento deste artigo, foi utilizado uma metodologia com embasamento em uma pesquisa bibliográfica de modo a fundamentar todo o tema que foi de suma importância para a construção de um pensamento sólido e entendido sobre o contexto em meio a estratégias de marketing e vendas na geração da inovação do agronegócio. Para a constituição do estudo de caso, foi realizada uma pesquisa de caráter, descritiva mantendo a finalidade de entender todo o processo de inovação tanto das empresas, quanto dos produtores, sendo mantidos questionários aplicados com o intuito de entender o nível de inovação e desenvolvimento do agronegócio na região.

Este trabalho caracteriza-se como objetivo geral demonstrar através, de estudo em pesquisa todo processo de marketing e vendas na inovação no campo tanto com os produtores como também no mercado regional, usando ferramentas e equipamentos tecnológicos, demonstrando todo processo da produção agrícola, a fim de realizar uma análise dos mecanismos adotadas pelos produtores na obtenção de sucesso no campo e para os gestores o sucesso empresarial, como também verificar quais critérios os gestores adotam de modo a intensifica o processo no campo através da inovação, transformando toda economia do município.

Com base no objetivo geral, torna-se notório a importância em construir os objetivos específicos, tais como demonstrar a importância do processo da inovação no campo; apresenta as ferramentas e estratégias de vendas que trouxeram este processo a obter resultados, teorizar sobre a vantagem e desvantagem da inovação no agronegócio; mostrar as vantagens e melhorias adquiridas, economicamente, financeiramente e socialmente com a adoção de tais práticas para as empresas e demais envolvidos.

Um dos motivos que levaram a pesquisar o tema decorre do fato de que grande parte da economia na região gira em torno da agricultura, e as empresas Grãos da Terra e Rural se destacam nas vendas de produtos agrícolas, onde os sistemas adotados relacionam a inovação no campo, onde são apresentados assim todos os instrumentos e fatores que influenciam de forma direta o sucesso de todos os envolvidos. De modo geral, o trabalho desenvolvido em forma de pesquisa é importante por envolver e demonstra com a realidade ao homem do campo os fatores que influenciaram para que hoje todos pudessem está produzindo conforme demonstrado nos dados, focando na análise e compreensão dos fatores que levam o sucesso agrícola no município de Paripiranga.

O investimento em inovação tecnológica para as vendas no agronegócio vem transformando não somente o modo dos agricultores trabalharem no campo, mas sim estruturando todos os paradigmas de mercado regional, introduzindo mecanismo que sustentam uma cultura aliada a uma conjuntura mercadológica que impulsiona de forma positiva toda a região que exerce com clareza e exatidão as práticas de produção adotadas por a tecnológica agrícola, além de favorecer muito as empresas que realizam investimentos pesados e sólidos.

Os aspectos econômicos e financeiros que alinham esta política inovadora se inserem a cultura privada, pois ao partir de grandes investimentos em vendas pelas empresas do agronegócio, torna-se necessário que agências bancárias e empresas privadas deem suporte a este empreendimento agrícola, de modo a financiar a conjuntura financeira que possa introduzir os mecanismo adotados de modo a promover através da adesão dos mecanismos e produtos inovadores altos índices produtivos, tendo em vista que este formato impacta em aspectos socioeconômicos não somente para os envolvidos diretos, como também para toda as classes econômicas da região em que este meio se insere, provocando assim grande impactos positivos a toda evolução econômica e financeira da sociedade.

Os paradigmas da inovação tecnológica para vendas têm várias áreas de abrangências que propõem mudanças positivas a toda estrutura socioeconômica de modo geral, introduzindo formações em direcionamento positivas através de meio que influenciam os processos produtivos e comerciais das empresas. Nesse sentido favorecendo tanto os envolvidos com a empresa e as estratégias de marketing e vendas, como toda uma conjuntura social no município de Paripiranga, visto que a agricultura é a principal atividade econômica de boa parte da população, sendo a agricultura o alicerce da econômica do município.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 Inovação tecnológica no aumento das vendas

Com o processo de globalização no mundo corporativo, apreende-se a concentração de grande número de mudanças oriundas de mecanismos tecnológicos que, por sua vez, são introduzidos como novo processo dotado de capacidade de ditar as novidades que atribuem valores intrínsecos e extrínsecos nos diversos meios dos instrumentos do mercado. Tal processo permite viabilizar uma conduta inovadora para a economia da sociedade que usa dos artifícios da tecnologia como forma de obter resultados em termos de crescimento e desenvolvimento na estrutura molecular de mercado.

Nesse sentido, para Tigre (2006), a inovação tecnológica constitui-se como uma grande ferramenta de suma importância para aumentar a produtividade e o crescimento econômico do mercado, de modo a expandir o desenvolvimento econômico e regional dos países. O início do processo da inovação procedeu-se em décadas passadas, através da utilização arcaica de processos de produção em massa de carros, máquinas e equipamentos, caracterizando-se, assim, como uma conduta inovadora dentre os processos. Desse modo, é interessante entender como esse processo ocorre para que se possa identificar em qual momento a inovação tecnológica começa a fazer parte do desenvolvimento dos modos de produção. Por essa ótica, Tigre (2006, p.5) examina como “desde meados do século XVIII observam-se sucessivas ondas de inovações obtidas por meio da introdução de máquinas e equipamentos de novas formas de organizações da produção e do desenvolvimento de novas fontes de materiais”.

Com a crescente ascensão do uso inovador da tecnologia, impõe, assim, mudanças que impactam diretamente em todos os processos sociais e econômicos das regiões e/ou pessoas que se inserem em meio à utilização desses mecanismos. De acordo com Toledo (1994), o processo de inovação tecnológica, descrito através de modelos tradicionais, se inicia com a identificação de uma necessidade ou oportunidade de melhoria e incorpora conhecimentos e restrições dos ambientes tecnológico, econômico e social, até resultar, eventualmente, numa invenção. Desse modo, entende-se a crescente abrangência que a inovação vincula a oportunidades de crescimento e desenvolvimento dos processos que se inserem como inovadores, através do uso da tecnologia como um dos pilares para o sucesso.

Callado (2011) define inovação tecnológica sob um ponto de vista fundamentalmente econômico. Para o aludido autor, essa inovação tecnológica a qual se refere é caracterizada como o processo pelo qual uma ideia ou invenção é transposta para a economia, ou seja, ela

percorre o trajeto que vai a partir desta ideia, fazendo uso de tecnologias existentes ou buscadas para tanto, até criar o novo produto ou serviço e colocá-lo em disponibilidade para o consumo ou uso, de maneira a obter reconhecimento de mercado e sucesso.

O mercado incide em meio a impactos positivos oriundos da utilização da inovação como um dos pilares dos aspectos bem sucedidos em setores dinâmicos da tecnologia. Tais aspectos giram em torno da criação de artefatos que introduzem o aperfeiçoamento da capacidade de inovar, em que os processos de aperfeiçoamento estão assinalados como uma forma de tomada de decisão entre as diretrizes econômicas. Dessa forma, para Kim (2007), a aptidão de inovar consiste em meios de criar e levar adiante novas possibilidades tecnológicas através da prática econômica, em que a expressão abrange um amplo rol de atividades, desde a aptidão de inventar até a capacidade de aperfeiçoar a tecnologia existente, indo além dos parâmetros originais. Diante dos argumentos expostos, evidencia-se o processo de inovação como a necessidade de interação dos envolvidos, como multiplicadores e agentes desenvolvedores da agregação de valor, com a utilização dos recursos inovadores.

No entender de Kim (2007), a agregação de valor gira em torno de saber combinar atributos como qualidade, praticidade, beleza, limpeza, elegância, satisfação, status, garantia, desempenho e inovação. A inovação tecnológica tem sido caracterizada como um constante multiplicador no desenvolvimento contínuo através de técnicas evolucionárias que, por sua vez, vem impactando em novas políticas subsidiárias com as mudanças tecnológicas. Em contrapartida, Tigre (2006, p.74) define a inovação em quatro conceitos:

Incremental; melhoramento e modificações cotidianas – Radical; saltos descontínuos na tecnologia de produtos e processos – Novo sistema tecnológico; mudanças abrangentes que afetam mais de um setor e dão origem a novas atividades econômicas – Novo paradigma tecnoeconômico; mudanças que afetam toda a economia envolvendo mudanças técnicas e organizacionais, alterando produtos e processos, criando novas indústrias e estabelecendo trajetórias de inovação por várias décadas (TIGRE, 2006, p. 74).

Ao partir deste pressuposto acima citado, subtende-se a incrementação das vertentes tecnológicas como necessárias para o sucesso no mercado, de maneira a acompanhar a inovação em todos os aspectos que possam interferir no desenvolvimento socioeconômico da estrutura molecular de mercado. Para entender essa temática, é importante mencionar que há diferentes conceitos que caracterizam a inovação tecnológica, em que, para alguns casos, pode se restringir ao modelo incremental ou radical. Tigre (2006) salienta que a inovação tecnológica incremental

se adequa geralmente a todo contexto das organizações, bem como a seus valores e crenças, necessitando de algumas adaptações entre os processos existentes para sua implementação.

Por outro lado, a inovação tecnológica radical introduz vários conceitos completamente novos em toda estrutura em meio à tecnologia. Torna-se, desse modo, necessária a criação de novos processos que acabam implicando na extinção dos já existentes, além de envolver, em alguns casos, a mudança de valores pré-concebidos através dos pilares da inovação. Em “Manual de Oslo” (OCDE, 2005), a inovação se refere à introdução de um bem ou serviço novo ou significativamente melhorado no que concerne à suas características ou usos previstos, o que inclui melhoramentos significativos em especificações técnicas, componentes e materiais, softwares incorporados, facilidade de uso ou outras características funcionais.

Logicamente, a adequação da inovação tecnológica radical envolve incertezas, resistências e, conseqüentemente, riscos. Desse modo, concentra-se a construção de cenários que caracterizam a estrutura de construção estruturada em meio à inovação tecnológica, pois a mesma impõe mecanismos que alavancam os meios que constroem o sucesso em processos que se utilizam da inovação. Tigre (2006) considera que a inovação deve ser uma prática sistemática e apresenta algumas fontes de inovação, a saber: Pesquisa e desenvolvimento, ocorrências inesperadas, necessidades do processo, incongruências, mudanças no mercado ou indústria, mudanças demográficas, mudanças na percepção e novos conhecimentos.

A inovação tecnológica introduz meios que devem ser analisados e planejados para sua implementação nos diversos processos de mercado, de maneira a vincular a estrutura inovadora, pois a inovação está inserida em meio a todos os processos que influenciam no desenvolvimento socioeconômico; sendo introduzida a partir de mudanças. Nesse sentido, é possível notar que a ideia de inovação está sempre ligada a mudanças, a novas combinações de fatores que rompem com o equilíbrio existente (SCHUMPETER, 1998).

Dessa forma, as mudanças causadas pela inovação tecnológica inibem os anseios à tradicional execução dos processos da construção de cenários que possibilitam uma estrutura diferenciada na estrutura de mercado, sendo que os recursos providos da inovação devem ser implementados com diretrizes que possibilitem uma estrutura formada de planejamentos. Assim, esses processos podem tornar diferentes as atribuições que os indivíduos possuem ao implantarem a utilização formal da inovação como uma maneira competitiva. Para entender o que gera essa competitividade, um conjunto de estudos se inclina em análises que dão conta de entender esses aspectos.

A inovação tecnológica oriunda de características que introduzem uma estrutura firme de mercado, torna-se um mecanismo importante para a implementação dos recursos como

forma de inserir-se positivamente, pois através do uso das vertentes tecnológicas que a economia mundial tem desempenhado um papel central em suas transformações. Sandroni (1994) considera desenvolvimento econômico como crescimento acompanhado por melhorias do nível de vida dos cidadãos, bem como por alterações estruturais na economia com o uso da tecnologia, em que o desenvolvimento depende das características de cada país ou região. Isto é, depende do seu passado histórico, da posição e extensão geográficas, das condições demográficas, dos usos da tecnologia, da cultura e dos recursos naturais que possuem.

Desse modo, a inovação oriunda da tecnologia exerce um ciclo de estruturação, enquanto um papel ditador, através da execução correta em meio ao seu ambiente, de maneira a evidenciar de forma adequada para o seu desenvolvimento. Nesse sentido, é possível perceber que a inovação é o processo de planejamento, alocação, organização e coordenação de fatores essenciais para que se alcance resultados inovadores, permitindo a reestruturação desse novo processo. Para ratificar tal pressuposto, Tigre (2006) salienta que as grandes transformações da tecnologia são acompanhadas de mudanças econômicas, sociais e institucionais, pois a tecnologia reage através de estruturas adequadas para que possa se desenvolver.

Mediante a leitura do “Manual de Oslo” (1997) é possível identificar a existência de quatro tipos de definições para a inovação, sendo caracterizadas como: de produto, de processo, de marketing e organizacional.

- I. Inovação de produto: é a introdução de um bem ou serviço novo ou significativamente melhorado no que concerne a suas características ou usos previstos. Incluem-se melhoramentos significativos em especificações técnicas, componentes e materiais, softwares incorporados, facilidade de uso ou outras características funcionais.
- II. Inovação de processo: é a implantação de um método de produção ou distribuição novo ou significativamente melhorado. Incluem-se mudanças significativas em técnicas, equipamentos e/ou softwares.
- III. Inovação de marketing: é a implantação de um novo método de marketing com mudanças significativas na concepção do produto ou em sua embalagem, no posicionamento do produto, em sua promoção ou na fixação de preços.
- IV. Inovação organizacional: é a implantação de um novo método organizacional nas práticas de negócios da empresa, na organização do seu local de trabalho ou em suas relações externas.

Desse modo, subtende-se que a diagramação estruturada da inovação abrange todos processos que são de fundamental importância na construção da estrutura estratégica de empresas e/ou negócios que visa destacar-se em meio ao grande número de concorrentes no

mercado, utilizando-se dos recursos inovadores em todos os processos. O processo de inovação torna-se de grande importância, pois traz vertentes que se integram à estrutura mercadológica, de maneira a vincular meios estratégica, bem como a redução de tempo e recursos no processo de produção e comercialização.

2.2 Conceito da inovação tecnológica no agronegócio

O processo produtivo e o sucesso no mercado, aliados à lucratividade e inovação tecnológica, não se torna apenas a oportunidade de crescer e sobreviver, mas, também, de influenciar decisivamente no acompanhamento correto dos cenários em que estão inseridos. A inovação tecnológica do agronegócio na região de Paripiranga/BA vem contribuindo de forma significativa para o aumento da produtividade de grãos, trazendo, dessa maneira, benefícios ao município, conseqüentemente, possibilita o desenvolvimento de fatores de crescimento e desenvolvimento econômico para toda a região em seu entorno, pois a agricultura tornou-se uma das bases cruciais que movimenta a economia. Desse modo, a modernização promove a geração de impactos sociais positivos, mas também negativos, através de mecanismos de produção.

De acordo com Toledo (1994), o processo de inovação tecnológica, descrito através de modelos tradicionais, se inicia com a identificação de uma necessidade ou oportunidade de melhoria e incorpora conhecimentos e restrições dos ambientes tecnológico, econômico e social, até resultar, eventualmente, numa invenção. Ao inserir um processo de inovação, esta invenção torna-se de suma importância para o desenvolvimento, e inicia-se a etapa de difusão, com seu lançamento no mercado de maneira eficiente e correta. Na perspectiva defendida por Peter Tigre (2006), inovação é o esforço para criar mudanças objetivamente focadas no potencial econômico ou social de um empreendimento. Os pilares para a obtenção de eficientes resultados é a segmentação eficaz na estrutura mercadológica e produtiva com recursos da inovação existentes nos novos tempos, de modo a minimizar custos, tempo e promover, com base nos mecanismos tecnológicos, a qualidade nas tarefas executadas e o maior índice de produtividade, lucratividades e vantagens no mercado.

A inovação tecnológica é o elemento-chave para a concretização do crescimento agressivo das receitas, e igualmente para aumentar os percentuais dos lucros. (...) muitos recorrem à inovação a fim de produzir crescimento quando as abordagens mais convencionais vão se esgotando. (...) A inovação pode ter como resultado o crescimento das receitas, uma base mais sólida de rendimentos, melhores relações com os clientes,

funcionários mais motivados, desempenho melhor das parcerias e vantagem competitiva incrementada” (DAVILA; EPSTEIN; SHELTON, 2007, p.26).

A utilização dos recursos sólidos da tecnologia, no âmbito do mercado do agronegócio, introduz uma segmentação eficiente para a obtenção de melhores resultados na rentabilidade entre as receitas e despesas. Entretanto, esse método impõe investimentos para a consolidação e transformação de uma formação da estrutura correta, não somente no processo produtivo, mas, também, na segmentação do mercado. Segundo Callado (2011), um dos fatores relevantes para ser considerado nas atividades de transformação está relacionado à base da tecnologia e aos meios utilizados no processo da produção agrícola. Através disso, o uso desta tecnologia depende das especificações da estrutura e do mercado que pretendem ser atendidas, de modo a analisar preferências dos recursos inovadores aos meios do processo produtivo. Mediante este pressuposto, o norteamento correto a desenvolver esse novo paradigma de evolução inovadora tecnológica do agronegócio impulsiona, de forma estratégica, todas as estruturas de mercado e a concentração correta no desenvolvimento sistêmico, bem como a geração de valores, a segmentação correta deste sistema de valorização e a cultura rural.

Diante disso, a inovação tecnológica no agronegócio impulsiona uma estrutura relevante, possibilitando a aliança com as estratégias e a formação de uma cultura preparada para o desenvolvimento, bem como permite a criação de valores com a adesão de uma forma padronizada. De acordo com Callado (2011), os padrões tecnológicos devem ser utilizados e considerados através de características próprias, pois as tecnologias de base estão associadas às atividades principais do processo produtivo. Do ponto de vista conceitual, a inovação do agronegócio torna-se um dos mecanismos que impulsiona todo o processo de produção, pois a utilização de métodos, técnicas, equipamentos e insumos modernos interligam-se aos altos indícios, grandemente ligados à permanência e às representações de uma cultura conservadora destes mecanismos de agregação de valores intrínsecos e extrínsecos aos agricultores.

Segundo Araújo (2007), o termo “agricultura” foi usado até bem recentemente para entender a produção agropecuária em toda a sua extensão, ou seja, desde o abastecimento de insumos necessários à produção, até a industrialização e a distribuição dos produtos obtidos. A produção do agronegócio relaciona-se com a estrutura tradicional e o desenvolvimento sistêmico dos mecanismos relacionados ao meio empresarial, com a inserção de uma estrutura de compra, produção e comercialização, necessitando, assim, de todo um planejamento adequado para que se desenvolvam objetivos e metas a serem obtidas na safra.

O ambiente econômico e social no qual o agronegócio está inserido tem se tornado cada vez mais diversificado (aspecto que anteriormente era entendido como uma exploração econômica de propriedades rurais isoladas), transformando-se em um amplo espectro de inter-relações produtivas, tecnológicas e mercadológicas. De acordo com Tigre (2006), na agricultura, a necessidade de inovação para o desenvolvimento econômico resultou na mudança do modelo importador de tecnologias primárias, que há cerca de três décadas era voltado à massificação do emprego de tecnologias geradas em condições totalmente diferentes. Tal modelo de outrora foi, ao longo do tempo, sendo adequado às necessidades, o que provocou uma evolução na gestão e estruturação dos processos agrícolas.

Com a crescente globalização e integração dos mercados à agricultura, o conceito da tecnologia nos processos produtivos tem permitido a interpretação e o desenvolvimento empresarial voltado para as atividades econômicas que se atentam para o mercado interno e externo.

Considerando uma visão sistêmica sobre a tecnologia do agronegócio, Araújo (2005) afirma que esta compreensão insere todos os componentes e suas inter-relações, tornando-se uma das ferramentas indispensáveis no processo produtivo, para que, assim, tornar possível a elaboração e implementação de políticas e estratégias dotadas de maior capacidade produtiva e eficiência no processo. A partir deste pressuposto, a inovação tecnológica do agronegócio torna-se uma ferramenta estratégica no processo produtivo e mercadológico, sendo de relevância para o desenvolvimento correto da estrutura organizativa de todos os fundamentos e mecanismos de produção aliados à modernização agrícola.

De acordo com Queiroz e Zuin (2006), o sucesso em transformar a agricultura com base tecnológica, acompanhando as mudanças culturais, institucionais e políticas voltadas a revolucionar o país, permite a formação de uma nova visão e de uma nova cultura aos empreendedores, com a capacidade de inovar, em que o país se descobriu com outras ambições quanto ao desenvolvimento econômico e social. Partindo desse pressuposto, subtende-se, a luz do desenvolvimento, que a tecnologia impacta no sistema econômico do país e do município aqui estudado, impulsionando, dessa maneira, toda a estrutura mercadológica.

O processo de adesão aos recursos tecnológicos na agricultura torna-se de suma importância para o acompanhamento da evolução, bem como do alcance eficiente e eficaz para o sucesso e qualidade dos produtos. Segundo Andrioli (2009), a tecnologia na agricultura surgiu desde meados do século 20, quando foi apresentada em debates e manejos, através da implantação da modernização ao desenvolvimento e, por longo tempo, desenvolve-se ligada não somente ao interesse particular dos produtores rurais, mas também do governo e instituições

que financiam a adesão desses recursos produtivos. Desse modo, caracteriza-se o desenvolvimento e os impactos econômicos e financeiros que a agricultura causa na estrutura de mercado não somente do Brasil, como também do município de Paripiranga/BA com o uso dos recursos tecnológicos de modo geral.

A estrutura de produção agrícola tem passado por uma ascensão através do seu crescimento a partir da formação de estruturas padronizadas em tecnologias, sendo que a inovação no processo impacta diretamente em todos os pilares do desenvolvimento social e econômico dos agricultores e do município.

A tecnologia tem como objetivo explícito contribuir para o aumento da produção e da produtividade agrícola no mundo, através do desenvolvimento de experiências no campo da genética para a criação e multiplicação de sementes adequadas as condições dos diferentes tipos de solos e climas e resistentes as doenças e pragas, bem como da descoberta e aplicação de técnicas agrícolas e adesão as novos recursos modernos e eficientes (ANDRIOLI, 2009, p.78).

O aumento da produção e da produtividade a qual o texto supracitado se refere surgiu mediante a necessidade da agricultura antiga, em que as ferramentas de produção eram simples, a exemplo da utilização da tração animal, sem preparo do solo e estes, por sua vez, sendo frágeis. Entretanto, em um sentido convergente, a mudança desse paradigma impacta diretamente na elevação dos índices produtivos, sendo alcançados em toda agricultura que se internacionalizou, integrando-se às culturas sólidas e planejamentos que confortam a visão de futuro diante da utilização dessas variáveis no processo agrícola do mercado.

Segundo Callado (2011), nos tempos atuais as exigências impostas pelo mercado agrícola interligam-se a elevados padrões de qualidade e a altos índices de produtividade, o que tem induzido o surgimento de profundas mudanças na estrutura da inovação no agronegócio, implicando em procedimentos complexos nos quais os agentes tornam-se cada vez mais interdependentes. Para Callado (2011), as tecnologias adotadas nas atividades agrícolas têm sido inseridas para uma grande irrigação das plantações e para a colheita de safras, pois cada vez mais as inovações tecnológicas e o desenvolvimento de novas máquinas e equipamentos têm oferecido alternativas vantajosas para os produtos rurais.

Desse modo, subtende-se o desenvolvimento das atividades e todos os mecanismos que interagem diretamente com o uso da tecnologia nos processos de produção de modo a criar valores e vantagens, diferentemente das décadas passadas, quando a produção e a comercialização de grãos tinham um baixo índice devido a fragilidade nos mecanismos.

Entretanto, de modo a acompanhar a estrutura mercadológica da nova era e o suprimento das expectativas de mercado, surgiu a modernização dos mecanismos de produção e comercialização, em que são importados milhares de sacas por ano, possibilitando, assim, uma maior potencialidade, não somente para os agricultores, mas também para o mercado brasileiro, criando uma cadeia de valores para todos os envolvidos nos processos de produção, financiamento e comercialização agrícola.

“O Brasil se tornou um dos maiores e mais competitivos fornecedores de produtos do agronegócio como: carne bovina, carne de frango, carne suína, açúcar em bruto, açúcar refinado, álcool etílico, soja em grão, farelo de soja, óleo de soja, algodão, café em grãos, café solúvel, suco de laranja, couros, mel, celulose, madeira, papéis, sucos de frutos, etc. A pré-disposição do Brasil para o agronegócio justifica-se pelo seu clima diversificado, chuvas regulares, energia solar abundante e quase 13% de toda a água doce disponível no planeta, o Brasil tem 388 milhões de hectares de terras agricultáveis férteis e de alta produtividade, dos quais 90 milhões ainda não foram explorados. Esses fatores fazem do país um lugar de vocação natural para a agropecuária e todos os negócios relacionados à suas cadeias produtivas” (MAPA, 2006, p 11).

Os desafios econômicos, financeiros, sociais e ambientais vividos atualmente pelos produtores podem ser vistos como oportunidades de aprendizagem, devido à crescente evolução de seus paradigmas. Tal procedimento pode acarretar na execução do espírito da inovação, o que gera novas práticas e concepções de negócios aliados ao ideal de desenvolvimento social. Isso leva ao equilíbrio entre eficiência econômica, financeira, social e proteção ambiental, trazendo, assim, benefícios diretos e indiretos para os envolvidos.

3 ANALISE DOS RESULTADOS

O capítulo presente tem como incumbência expor e trazer análises dos resultados e dados obtidos durante a pesquisa de campo, ressaltando a necessidade de investigação da importância de inovar em tecnologias no agronegócio, e os impactos sociais e econômicos que trazem ao município de Paripiranga. Assim, analisando as respostas obtidas pelos agricultores entrevistados, pode-se ter uma reflexão mais apurada do objetivo da pesquisa, conseqüentemente aguçando a visão do pesquisador no processo, viabilizando conhecer mais de perto os impactos que as tecnologias do campo trazem a sociedade no município referido município.

Dessa forma, a pesquisa de campo foi realizada visando coletar dados com o questionário, estabelecendo ponto de vista de agricultores e as empresas Rural e Grãos da terra, com o intuito de entender a relação que as tecnologias agrícolas tem de impulsionar a produção dos grãos e também quais impactos sócio econômicos essas atividades trazem para a região, reconhecendo a agricultura como aspecto indispensável nas atividades econômicas da cidade.

Foram aplicados também questionários para as empresas Rural e Grãos da terra, visando a obtenção de dados e análises sobre os investimentos das empresas no aumento das suas vendas, para completar informações da pesquisa, para resultados com mais confiabilidade. No qual contem 8 (oito) perguntas, sendo duas delas de caráter subjetivo, ou seja, de livre indagação do entrevistado. Nesse sentido, Lakatos e Marconi (2003) trazem que, a proposta da entrevista exige do pesquisador tempo e paciência para obter os dados necessários, principalmente no cuidado posterior para análise dos mesmos.

Durante as entrevistas, os sujeitos tiveram livre escolha de responder ou não, ficando a critério do mesmo, assim foi exposto todos os objetivos da pesquisa e a relevância da mesma para estudos futuros, relatando a importância da contribuição dos mesmos para a confiabilidade da pesquisa. Nesse sentido Gil (2008, p.33) traz que “a análise dos dados de uma pesquisa se apresenta enquanto organização e esclarecimento sistemático dos dados coletados”.

Para tal, durante a construção da análise dos dados foram utilizadas fontes bibliográficas de autores como: Araújo (2007), Tigre (2006), Veiga (2000), Vergara (2009), Zuin, e Queiroz (2006), Davila et al (2007) dentre muitos outros, que foram fundamentais para dar suporte, confiabilidade e caráter científico na pesquisa desenvolvida. Assim, as teorias discutidas são importantes para o entendimento da afetividade na relação tecnológica agrícola e desenvolvimento social.

Portanto, a análise dos dados obtidos com o questionário buscam comprovar se o objetivo da pesquisa será alcançado de avaliar o processo da inovação tecnológica do agronegócio como contribuinte de forma significativa ao aumento das vendas na região de Paripiranga, analisando também seus benefícios com o uso da tecnologia no processo de produção, onde deste modo desenvolve fatores de crescimento e desenvolvimento, pois com a pesquisa, entendeu-se que agricultura tornou-se uma das bases cruciais para desenvolvimento socioeconômico da região.

QUADRO 1: Quais foram os fatores que motivaram a empresa a comercializar produtos com favorecimento da tecnologia produtivas?

ENTREVISTADO (A)	PERGUNTAS	RESPOSTAS
Rural	<i>P1</i>	<i>Diferenciais competitivos</i>
Grãos da Terra	<i>P1</i>	<i>Diferenciais competitivos</i>

Fonte: Entrevista com as empresas Rural e Grãos da Terra.

Ambas empresas responderam por “Diferenciais competitivos”, ficando evidente assim que as duas tem praticamente o mesmo propósito em relação ao mercado, nisso fica evidente o porquê das duas se destacarem mais em relação as outras. Essa tese é apoiada por Drucker (1988), no qual traz que a competitividade resulta em inovações, o que cria ambientes de mudanças que visem um potencial econômico maior, assim tendo visão ampla do empreendimento no presente momento e no futuro também.

QUADRO 2: A empresa entende a importância em acompanhar o processo de modernização do agronegócio?

ENTREVISTADO (A)	PERGUNTAS	RESPOSTAS
Rural	<i>P2</i>	<i>Sim</i>
Grãos da Terra	<i>P2</i>	<i>Sim</i>

Fonte: Entrevista com as empresas Rural e Grãos da Terra.

Modernização do agronegócio é uma constante e variável, ou seja, está sempre surgindo novidades que melhoram a vida dos produtores, nisso a constante modernização faz parte da cultura do agronegócio. Nesse sentido Davila et al (2007, p 26) traz que “A inovação tecnológica é o elemento-chave para a concretização do crescimento agressivo das receitas, e igualmente para aumentar os percentuais dos lucros.” Nesse quesito as empresas Rural e Grãos da Terra entendem e compreem o papel de modernização visto que ambas responderam “sim”, assim é evidente o quanto a modernização é fundamental para o sucesso da empresa e dos seus clientes.

QUADRO 3: A empresa compreende os impactos positivos econômicos a partir da comercialização de produtos com potenciais produtivos com base da tecnologia?

ENTREVISTADO (A)	PERGUNTAS	RESPOSTAS
Rural	P3	Sim
Grãos da Terra	P3	Sim

Fonte: Entrevista com as empresas Rural e Grãos da Terra.

As tecnologias são um dos principais diferenciais da empresa Rural e Grãos da Terra, visto que ambas responderam “sim”, assim mostrando que a grandeza das duas em relação as demais empresas de Paripiranga, está no seu investimento tecnológico, a qual os produtores vêm buscando cada vez mais se modernizar, principalmente aqueles que tem grandes lavouras, o que necessita ainda mais de recursos tecnológicos inovadores no agronegócio. Assim Callado (2011) traz que, as atividades agrícolas exigem cada vez mais modernizações, principalmente pela necessidade de grandes produções que se tem atualmente, logo sem as modernizações do agronegócio os produtores enfrentam grandes dificuldades.

QUADRO 4: A organização visualiza a oportunidade que a constante evolução das técnicas e produtos com uso da tecnologia podem promover a empresa e em contrapartida aos seus clientes?

ENTREVISTADO (A)	PERGUNTAS	RESPOSTAS
Rural	P4	Sim
Grãos da Terra	P4	Sim

Fonte: Entrevista com as empresas Rural e Grãos da Terra.

As organizações Rural e Grãos da Terra estão sempre em atualização tecnológica, trazendo o que é possível para as atividades agrícolas da região, assim as mesmas buscam nas técnicas e tecnologias, evoluírem fazendo com que seus clientes aumentem a produção e por consequência seus lucros. Nesse sentido, vale muito mais para as empresas fazerem com que seus clientes tenham bons rendimentos, pois isso acarretaria em mais procura pela mesma, principalmente por ter uma série de vantagens.

QUADRO 5: A empresa tem um gerenciamento que enfatiza a importância em desenvolver técnicas que possibilitem impactos sociais positivos a sociedade?

ENTREVISTADO (A)	PERGUNTAS	RESPOSTAS
Rural	P5	Não
Grãos da Terra	P5	Não

Fonte: Entrevista com as empresas Rural e Grãos da Terra.

Apesar das empresas serem grandes e serem de fundamental importância para os agricultores da região, a mesma não tem um gerenciamento que vise impactos positivos a sociedade, em contrapartida, as próprias atividades da mesma fazem com que os resultados do sucesso, remetam a sociedade, principalmente na geração de empregos para os moradores da cidade, havendo possibilidade de crescimento dos mesmos dentro da organização.

QUADRO 6: A organização identifica que vem transformando a economia agrícola no município e que com a inovação tecnológica do agronegócio os agricultores vêm obtendo altos índices produtivos?

ENTREVISTADO (A)	PERGUNTAS	RESPOSTAS
Rural	P6	Sim
Grãos da Terra	P6	Sim

Fonte: Entrevista com as empresas Rural e Grãos da Terra.

Ambas mostraram-se muito atentas as necessidades do município de Paripiranga, trazendo tecnologias para a cultura de plantio dessa área, com objetivos de fazer com que seus clientes obtenham o máximo de rendimento possível em relação a produtividade. Além disso, como as empresas trabalham com muitas tecnologias, as mesmas vêm modificando o cenário agrícola da região.

QUADRO 7: Quais fatores organizacionais a empresa executa de modo a manter a preocupação com o meio ambiente com a constante comercialização dos mecanismos da tecnologia para o processo produtivo de seus clientes?

ENTREVISTADO (A)	PERGUNTAS	RESPOSTAS
Rural	P7	<i>Preocupamos em sempre orientar os produtores rurais ao uso consciente de tecnologias e produtos que não degradem o meio ambiente, principalmente no descarte de embalagens agrotóxicas.</i>
Grãos da Terra	P7	<i>A orientação é passada a todos que adquirem produtos conosco, sendo falada a importância de manter uma lavoura sustentável, e que não venha agredir o ambiente.</i>

Fonte: Entrevista com as empresas Rural e Grãos da Terra.

A empresa Rural é uma das maiores da Paripiranga e região, sendo ela uma das mais importantes fornecedoras de produtos agrícolas e de tecnologias a serviço da agricultura, sendo assim quando questionada sobre o meio ambiente, a mesma trouxe a seguinte indagação “*Preocupamos em sempre orientar os produtores rurais ao uso consciente de tecnologias e*

produtos que não degradem o meio ambiente, principalmente no descarte de embalagens agrotóxicas.” Assim é perceptível também a organização da empresa em relação a degradação ambiental.

A empresa Grãos da Terra também tem cuidados com o meio ambiente, sendo que passou por meio de entrevista o seguinte comentário *“A orientação é passada a todos que adquirem produtos conosco, sendo falada a importância de manter uma lavoura sustentável, e que não venha agredir o ambiente.”* Assim também é possível perceber que além de grande, é uma empresa que se preocupa com o bem estar do ambiente, relatando a seus clientes a importância de uma lavoura sustentável.

QUADRO 8: Como a empresa visa acompanhar a evolução da inovação tecnológica e continuar promovendo impactos sócias positivos a sociedade?

ENTREVISTADO (A)	PERGUNTAS	RESPOSTAS
Rural	<i>P8</i>	<i>Nosso diferencial como uma das maiores empresas da região, é que estamos sempre atentos as tecnologias novas do campo, procurando sempre participar de feiras agrícolas no intuito de conhecer as novidades que crescem constantemente no agronegócio.</i>
Grãos da Terra	<i>P8</i>	<i>A Busca por tecnologias foi sempre o nosso forte, pois sabemos da facilidade com que o trabalho pode ser desenvolvido, além da produtividade, melhorando o trabalho dos produtores e aumentando a margem de lucros, conseqüentemente a empresa cresce e é reconhecida por ter marca registrada de recursos tecnológicos do campo.</i>

Fonte: Entrevista com as empresas Rural e Grãos da Terra.

As empresas têm sempre suas características e cultura, assim cada uma trabalha de modo diferente visando um melhor resultado econômico para si e para seus clientes, nesse sentido a Rural traz que *“Nosso diferencial como uma das maiores empresas da região, é que estamos sempre atentos as tecnologias novas do campo, procurando sempre participar de feiras agrícolas no intuito de conhecer as novidades que crescem constantemente no agronegócio.”* Assim é possível notar que a mesma está sempre buscando novas tecnologias para agregar valor a mesma, e conseqüentemente trazendo impactos positivos a sociedade, visto que quanto mais a empresa crescer, mais investimentos ira existir e mais empregos vão ser gerados.

A Grãos da Terra tem como ponto forte a tecnologia a serviço dos seus clientes, nisso a mesma está sempre investindo em mais aparatos tecnológicos e técnicas para um melhor

desempenho de suas funções, assim a mesma traz que, *“A Busca por tecnologias foi sempre o nosso forte, pois sabemos da facilidade com que o trabalho pode ser desenvolvido, além da produtividade, melhorando o trabalho dos produtores e aumentando a margem de lucros, conseqüentemente a empresa cresce e é reconhecida por ter marca registrada de recursos tecnológicos do campo.”* Assim como a Rural, a mesma também está em constante atualização de produtos, buscando inovações a seus clientes, isso releva um dos fatores que fazem com que essas duas empresas sejam as maiores de Paripiranga.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A agricultura é a principal atividade econômica do município de Paripiranga, sendo ela primordial para que a cidade consiga se manter ativa e fortemente econômica, nesse sentido fica evidente a tamanha importância de uma boa colheita para cidade, tanto quanto para os agricultores. Diante disso é necessário que haja mais tecnologias que agregam rapidez e qualidade da produção de grãos da região, principalmente para avanço no desenvolvimento econômico e na geração de empregos.

Entretanto, o estudo desenvolvido neste trabalho possibilitou uma análise acerca da inovação tecnológica no município de Paripiranga, e a importância da mesma na produção dos agricultores da região. Além disso o estudo também contemplou as empresas Rural e Grãos da Terra, como principais organizações que visam as tecnologias em favor da melhoria nas suas vendas e do homem do campo. Assim sendo elas as maiores empresas de agronegócio da região, e que tem como estratégias de venda principal as técnicas e aparatos tecnológicos, além de suporte técnico para uma boa plantação e colheita.

As tecnologias são o ponto que mais destacam as empresas acima, além disso o próprio relato dos agricultores comprova que as inovações vem sendo uma das maiores aliadas em uma boa plantação, seja no acompanhamento das lavouras, até a modernização de máquinas para o plantio e a colheita. Visto que ambas precisam ser feitas em um espaço curto de tempo, pois as variações climáticas tendem a durar pouco, assim podendo prejudicar o rendimento de produção.

Entretanto, ao nos remeter aos dados levantados na entrevista com o questionário, pode-se perceber que alguns agricultores não acharam relevante economicamente para eles o uso das tecnologias, ficando claro a ideia de que para lucrar mais é preciso fazer plantações em larga escala. Entretanto nem todos fazem na região pois tem medo de perder tudo por conta das chuvas, assim fazendo “arrendamentos” para outras pessoas.

Uma boa colheita é sempre fator difícil de se alcançar, pois as variações climáticas são imprevisíveis, podendo ter períodos de seca, fazendo com que as plantações sejam prejudicadas e acabem dando prejuízos aos agricultores. Entretanto com o crescimento do agronegócio, existem novidades que podem ajudar a ter um melhor aproveitamento em períodos pequenos de tempo, fazendo com que as perdas sejam mínimas em relação aos investimentos dos agricultores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

- ANDRIOLI, Antônio Inácio (Org.) **Tecnologia e agricultura familiar: uma relação de educação**. Ijuí: Editora Unijuí, 2009.
- ARAÚJO, M. A. **Fundamentos de Agronegócios**. São Paulo: Atlas, 2007.
- CALLADO, A.; ANDRE, A. **Agronegócio**. 3 ed.- São Paulo: Atlas, 2011.
- DAVILA, T; EPSTEIN, M. J.; SHELTON, R. **As Regras da Inovação**. São Paulo: Ed. Artmed, 2007.
- GIL, A. C. **Método e técnicas de pesquisa**. 6 ed – São Paulo, Atlas, 2010.
- KIM, L. **Da imitação à inovação: a dinâmica do aprendizado tecnológico da Coreia**. São Paulo: Unicamp, 2007.
- LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. Marina de Andrade Marconi, Eva Maria Lakatos. - 5. ed. - São Paulo : Atlas 2003.
- MARCONI, M. A. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 7. Ed. – 3. Reimpr. – São Paulo: Atlas, 2010.
- MINISTÉRIO DA AGRICULTURA PECUÁRIA E ABASTECIMENTO - **MAPA**. **Projeções do Agronegócio**. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br>>. Acesso em: 5 jun. 2010.
- OSLO MANUAL. **Diretrizes para a coleta e interpretação de dados sobre inovação**. 3. ed. OECD: Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. FINEP, 1997.
- SANDRONI, Paulo. (Org). **Novo dicionário de economia**. São Paulo: Círculo do Livro, 1994.
- SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.
- TIGRE, P. B. **Gestão da inovação: a economia da tecnologia do Brasil**. São Paulo- Elsevier, 2006.
- TOLEDO, J. C. **Gestão da mudança da qualidade de produto**. *Gestão & Produção*, v. 1, n. 2, p. 104-124, ago. 1994.

VEIGA, J. E. **Diretrizes para uma nova política agrária. In Seminário sobre reforma agrária e desenvolvimento sustentável.** Brasília: Paralelo 15/ Núcleo de Estudos Agrários e Desenvolvimento/ ministério do Desenvolvimento agrário, 2000, p. 20.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 10 ed. – São Paulo: Atlas, 2009.

ZUIN, S. F. L.; QUEIROZ, R. T. **Agronegócio: Gestão e inovação.** – São Paulo; Saraiva, 2006.

ANEXO

ANEXO A - Questionário aplicado a empresa rural e grãos da terra

1: Quais foram os fatores que motivaram a empresa a comercializar produtos com favorecimento da tecnologia produtivas?

- diferenciais competitivos
- margem de lucros
- vendagem
- preocupação com a produtividade dos clientes

2: A empresa entende a importância em acompanhar o processo de modernização do agronegócio?

- Sim
- Não

3: A empresa compreende os impactos positivos econômicos a partir da comercialização de produtos com potenciais produtivos com base da tecnologia?

- Sim
- Não

4: A organização visualiza a oportunidade que a constante evolução das técnicas e produtos com uso da tecnologia podem promover a empresa e em contrapartida ao seus clientes?

- Sim
- Não

5: A empresa tem um gerenciamento que enfatiza a importância em desenvolver técnicas que possibilitem impactos sociais positivos a sociedade?

- Sim
- Não

6: A organização identifica que vem transformando a economia agrícola no município e que com a inovação tecnológica do agronegócio os agricultores vêm obtendo altos índices produtivos?

- Sim
- Não

7: Quais fatores organizacionais a empresa executa de modo a manter a preocupação com o meio ambiente com a constante comercialização dos mecanismos da tecnologia para o processo produtivo de seus clientes?

8: Como a empresa visa acompanhar a evolução da inovação tecnológica e continuar promovendo impactos sociais positivos a sociedade?