

INOVAÇÃO TECNOLÓGICA NA AGRICULTURA FAMILIAR



Cláudia Souza Passador

INOVAÇÃO TECNOLÓGICA NA AGRICULTURA FAMILIAR

Cláudia Souza Passador



**Food and Agriculture
Organization of the
United Nations**

Copyright © Autores

Todos os direitos garantidos. Qualquer parte desta obra pode ser reproduzida, transmitida ou arquivada desde que levados em conta os direitos dos autores.

Autora: Cláudia Souza Passador

Pesquisadoras assistentes: Taynara Roberta Fernandes; Paola Lourdeiro Alves.

Ilustração: Maria Valentina Passador - @valentina_passador

Musica: Estância Macuco - O Eco da Montanha - @joapassador

Realização: Food and Agriculture Organization of the United Nations - FAO



Food and Agriculture
Organization of the
United Nations

Apoio: Centro de Estudos em Gestão e Políticas Públicas Contemporâneas - GPublic



SUMÁRIO

1	Introdução	1
1.1	Inovação Tecnológica	6
1.1.1	Diversos tipos de Inovação	11
1.2	Inovação que vai além do uso da tecnologia	14
1.2.1	Inovação Social	17
1.2.2	Políticas Públicas para Inovação	24
1.3	Trilhas para a Inovação	27
1.3.1	Inovação na Gestão	29
1.3.2	Inovação na Produção	34
1.3.3	Inovação no Marketing	44
1.4	Agregar valor (A.V.A.A.A): Agroindustrialização, Agroturismo e Agroeventos	60
2	Conclusão	69
3	Bibliografia	72
4	Anexos	78
4.1	Rumo a Tecnologias Digitais	79
4.2	Cartazes que podem ser impressos para cooperativas, associações e ATR's	86
4.3	Documentos de Apoio	94



1

INTRODUÇÃO

RESUMO

A inovação marca diversos momentos históricos por ter revolucionado inúmeros processos, e atualmente a tecnologia está relacionada com quase todas as ações produtivas. Esse tema está inundando o agronegócio, com expansão para a agricultura familiar, que estruturalmente possui uma dinâmica diferente para a inserção de novas tecnologias, comparado as grandes cadeias agroindustriais. Neste contexto, o presente curso tem por objetivo apresentar as aplicações de inovação tecnológica e social na agricultura familiar e desafios para sua implantação a partir de experiências e de casos em destaque na América Latina e Caribe. Especificamente, fomentar o ecossistema de inovação para atores envolvidos na agricultura familiar e incentivar o uso de novas tecnologias como plataforma de oferecimento de serviço; de conexão com o mercado e de qualidade de vida. Portanto, esse curso irá discutir o uso de novas tecnologias na agricultura familiar; entender o que é inovação tecnológica e social e suas distintas possibilidades; visualizar diferentes políticas públicas que podem auxiliar no processo de inovação; compreender as diferentes trilhas de inovação para agricultura familiar através da gestão, produção e marketing; pensar em agregar valor através da agroindustrialização, agroturismo e agroeventos (AVAAA); e entender como usar as tecnologias digitais.

PALAVRAS-CHAVE: Inovação Tecnológica; Inovação Social; Agricultura Familiar.

INTRODUÇÃO



Muito se fala sobre a cultura da **inovação** e o domínio da tecnologia sobre as interações humanas. A **inovação** marca diversos momentos históricos por ter revolucionado inúmeros processos, e atualmente a tecnologia está relacionada com quase todas as ações produtivas

A chamada indústria 4.0 é uma mescla entre produção, máquinas inteligentes, processos e sistemas que resultam em uma rede sofisticada interconectada. E através dessa conexão, todas as unidades produtivas na economia criam uma virtualização do mundo real em um grande sistema de informação. Esse tema está inundando o agronegócio, com expansão para a agricultura familiar, que estruturalmente possui uma dinâmica diferente para a inserção de novas tecnologias, comparado as grandes cadeias agroindustriais.



OBJETIVO DA UNIDADE

O curso tem por **objetivo** apresentar as **aplicações de inovação tecnológica na agricultura familiar** e desafios para sua implantação a partir de experiências e de casos em destaque na América Latina e Caribe. Especificamente, fomentar o ecossistema de inovação para atores envolvidos na agricultura familiar e incentivar o uso de novas tecnologias como plataforma de oferecimento de serviço; de conexão com o mercado e de qualidade de vida.



Objetivo 1

Discutir o uso de **novas tecnologias** na agricultura familiar;

Objetivo 2

Entender o que é **inovação tecnológica e social** e suas distintas possibilidades;

Objetivo 3

Visualizar diferentes políticas públicas existentes que podem auxiliar no processo de inovação;

Objetivo 4

Comprender as diferentes **trilhas de inovação para agricultura familiar através da gestão, produção e marketing**;

Objetivo 5

Pensar em agregar valor através da agroindustrialização, agroturismo e agroeventos (AVAAA);

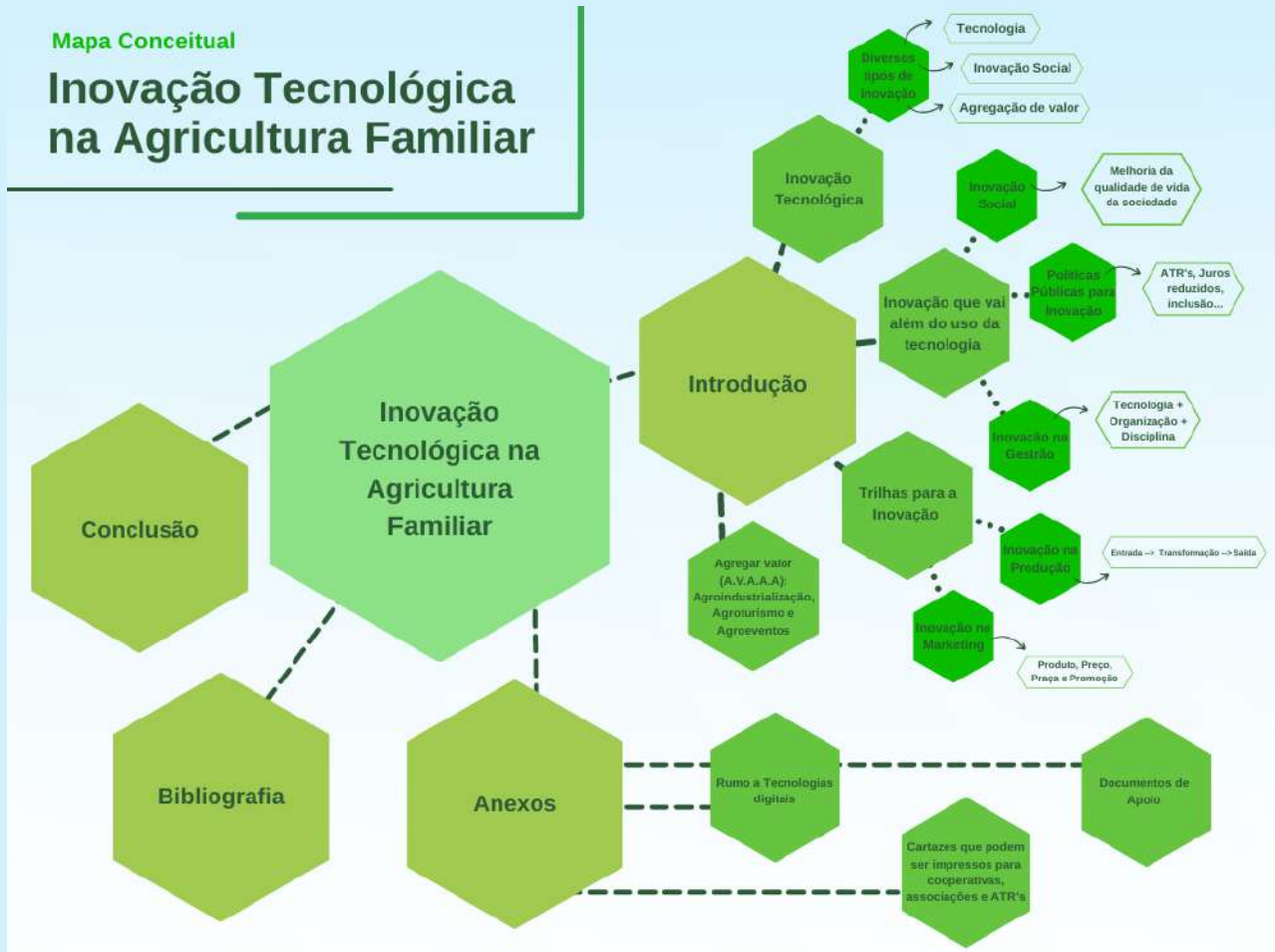
Objetivo 6

Entender como usar as tecnologias digitais.

MAPA CONCEITUAL

Mapa Conceitual

Inovação Tecnológica na Agricultura Familiar





1.1

**INOVAÇÃO
TECNOLÓGICA**



INOVAÇÃO TECNOLÓGICA

A visão da FAO para alimentos e agricultura sustentáveis é um mundo no qual os alimentos sejam nutritivos e acessíveis a todos e no qual a gestão dos recursos naturais preserve as funções do ecossistema para apoiar a satisfação das necessidades humanas atuais e futuras.

Para ser sustentável, a agricultura deve atender às necessidades das gerações presentes e futuras, ao mesmo tempo em que garante lucratividade, saúde ambiental e equidade social e econômica. A alimentação e a agricultura sustentáveis contribuem para os quatro pilares da segurança alimentar e para as três dimensões da sustentabilidade a seguir:



Disponibilidade



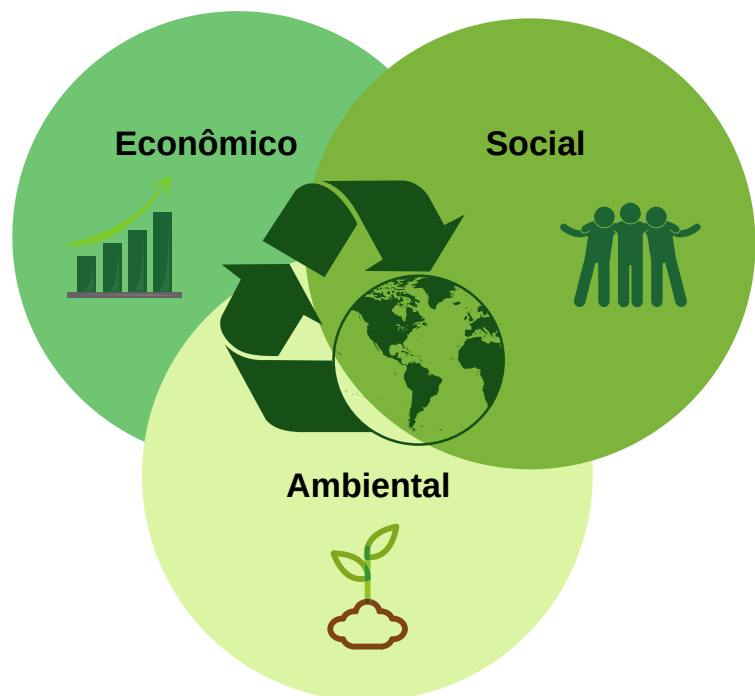
Acesso



Utilização



Estabilidade



INOVAÇÃO TECNOLÓGICA



A FAO desenvolveu um guia de 20 ações para tomadores de decisão. Essas ações surgem no contexto da Agenda 2030, que visa alcançar um desenvolvimento sustentável em que a alimentação e a agricultura, a subsistência das pessoas e a gestão dos recursos naturais não sejam tratadas separadamente, mas como um único tema. Essas ações são:

1. Facilitar o acesso a recursos produtivos, financiamento e serviços.	2. Conectar os pequenos agricultores aos mercados.	3. Promover a diversificação da produção e da renda.	4. Promover o conhecimento dos produtores e desenvolver suas capacidades.
5. Melhorar a saúde do solo e restaurar a terra.	6. Proteger a água e gerenciar a escassez	7. Promover a conservação da biodiversidade e proteger as funções dos ecossistemas	8. Reduzir perdas, estimular a reutilização e reciclagem e promover o consumo sustentável.
9. Capacitar as pessoas e combater a desigualdade	10. Promover a garantia dos direitos de posse.	11. Ferramentas de proteção social como meio de aumentar a produtividade e a renda.	12. Melhorar a nutrição e promover dietas balanceadas.
13. Prevenção e proteção contra desastres: construindo resiliência.	14. Prepare-se e responder a desastres.	15. Lidar e se adaptar às mudanças climáticas.	16. Fortalecer a resiliência dos ecossistemas.
17. Fomentar o diálogo e a coordenação de políticas.	18. Fortalecer os sistemas de inovação	19. Adotar e melhorar os investimentos e financiamentos	20. Fortalecer um ambiente favorável e reformar a estrutura institucional.

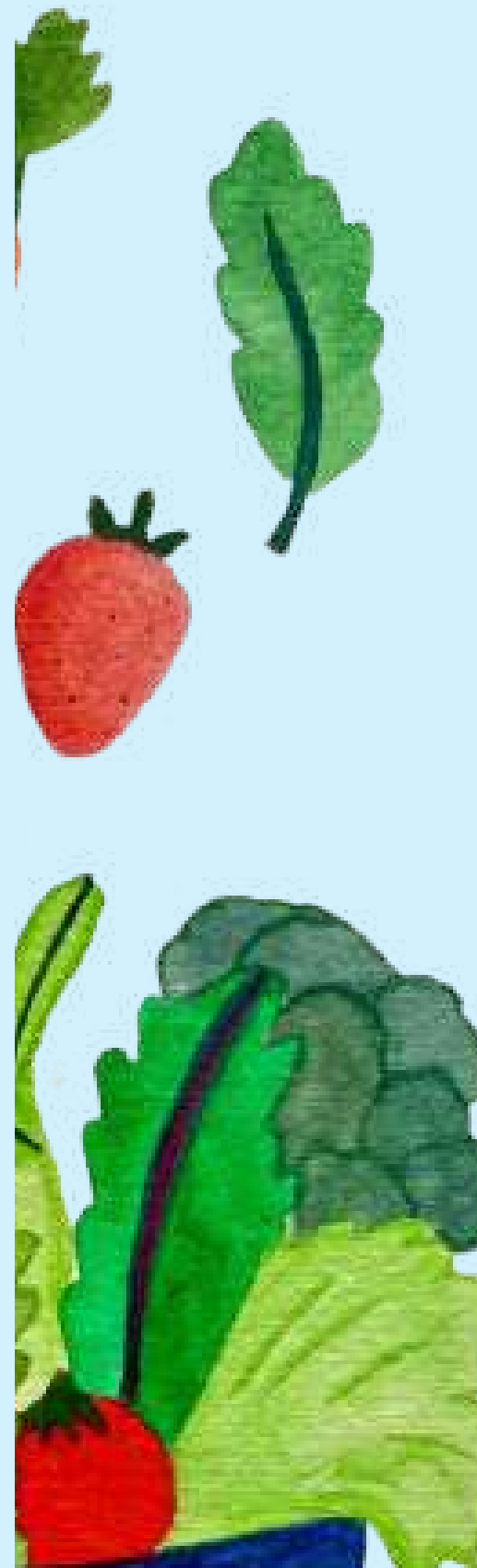
INOVAÇÃO TECNOLÓGICA

A Ação 18 está diretamente ligada à abordagem de agricultura promovida e desenvolvida pela FAO, que visa aumentar a produtividade e as receitas agrícolas de forma sustentável utilizando processos inovadores, na tecnologia ou socialmente.

Essas 20 ações oferecem aos países um fio condutor que une os diversos setores da agricultura a um programa de desenvolvimento mais amplo em cada país, abrangendo a erradicação da pobreza, a geração de empregos, o crescimento nacional, a regeneração urbana e a riqueza em recursos naturais.

De acordo com Lai, Yusof e Kamal (2016), a **inovação** pode ser entendida como um novo conjunto de produtos, processos e modificações que podem alterar a rotina de uma organização ou estabelecimento.

Portanto, para a agricultura familiar sustentável busque-se uma **gestão equilibrada dos recursos nas esferas social, econômica e ambiental**. E, nesse contexto, a tecnologia pode ser uma ferramenta importante para garantir a sustentabilidade da agricultura familiar, sócio ambiental e economicamente.



ATIVIDADE 1



Quais são as 20 ações para tomadores de decisões, desenvolvidas pela FAO? Assinale a alternativa que não corresponde:

- Facilitar o acesso a recursos produtivos, financiamento e serviços.
- Fortalecer os sistemas de inovação.
- Capacitar as pessoas e combater a desigualdade.
- Fortalecer a resiliência dos ecossistemas.
- Dar assistência aos comerciantes.



1.1.1

DIVERSOS TIPOS DE INOVAÇÃO

DIVERSOS TIPOS DE INOVAÇÃO



A **inovação**, normalmente, possui duas formas distintas para que comece a ser implementada. A primeira é a forma física, através de aglomerados produtivos, como as indústrias e os polos tecnológicos. Já a segunda, é institucional, mas apresenta impactos significativos nas empresas, como isenção fiscal, apoio à Pesquisa e ao Desenvolvimento, à aquisição de matérias primas, à qualificação da força de trabalho, ao estímulo à cooperação etc (Biard, 2011).

Isso também pode se repetir na agricultura familiar, a **inovação na agricultura familiar pode acontecer através do uso de novas tecnologias no plantio, na colheita por exemplo. Mas também pode acontecer através da junção dos agricultores em redes de comercialização; na participação em cooperativas ou associações de produtores; ou na parceria com universidades e centros de pesquisas, tanto públicos como privados.**



A **inovação** vai além de novas ideias e inventividade, ela também constitui a **agregação de valor** nas ideias já existentes e sua implementação. A inovação também pode gerar um aumento de produtividade através da resolução de problemas e necessidades que surgem na sociedade (Leal, 2018). Mas também inovação pode acontecer socialmente, nesse caso estamos falando de **inovação social**, quando agricultores familiares, por exemplo, se unem através de associações e cooperativas para obterem melhor preços em seus produtos e interações na comercialização. A inovação social pode justamente gerar mais inclusão social ou até inovar na questão ambiental com práticas mais sustentáveis ambientalmente.

DIVERSOS TIPOS DE INOVAÇÃO

Para Žičkienė e Tamošiūnas (2018), “a inovação é uma base para o crescimento, estabelecimento de **novos negócios e criação de novos empregos**, que por sua vez, gera renda pessoal e garante **maior qualidade de vida**”.

0,5%

Segundo Vaccarezza (2011), a ciência e a **tecnologia** na América Latina ainda possuem inúmeras lacunas que refletem no desenvolvimento dos seus países. De acordo com o autor, a pesquisa científica e tecnológica nos países latino-americanos possui uma forte dependência do Estado, fazendo com que tenham um impacto nos investimentos, dado que gastam, em média, 0,5% do seu PIB em ciência e tecnologia, enquanto países desenvolvidos chegam a investir de 2% a 3% do PIB.

As tecnologias digitais na agricultura são transformadas dia após dia em um processo bastante acelerado, impulsionado por vários atores dos elos da cadeia de valor pela dinâmica de concorrência. Os responsáveis pelas inovações geralmente estão presentes em 5 núcleos: grandes empresas; startups; universidade e centros/institutos de pesquisa; agências do estado, da sociedade civil e organizações corporativas e investidores (Buainain, Cavalcante & Consoline, 2021). **Mas temos que ressaltar que a agricultura familiar também faz parte do que chamamos de sociedade civil e também pode estar presente em organizações como cooperativas. Nesse caso, os agricultores familiares também são responsáveis por processos de inovação tecnológica ou de inovação social.**



Grandes empresas



Startups



Universidade e Centros/
Institutos



Agências Estado,
sociedade e corporações



Investidores



1.2

**INOVAÇÃO QUE VAI ALÉM
DO USO DA TECNOLOGIA**


INOVAÇÃO QUE VAI ALÉM DO USO DA TECNOLOGIA



Na agricultura familiar os países latino-americanos também apresentam dificuldades para a implementação de novas **tecnologias**. Macías Aragonés et al. (2020) relatam que os maiores empecilhos são devido a idade avançada da maioria dos produtores, baixa escolaridade, falta de estrutura social e fatores governamentais. Além disso, o autor destaca o baixo nível de renda e o pequeno porte das propriedades, que dificulta o desenvolvimento para novos mercados, limita a disponibilidade econômica para investir em novos modelos de negócios, principalmente pelo pouco acesso ao crédito, e a dificuldade de adaptação de tecnologias para pequenas escalas.

De acordo com Souza *et al.* (2019), pode ser encontrado uma série de condicionantes no uso das tecnologias na América Latina e Caribe, como mão de obra, recursos financeiros, acesso à política de crédito, infraestrutura regional, grau de interação com cooperativas, grau de organização dos produtores, entre outras.






INOVAÇÃO QUE VAI ALÉM DO USO DA TECNOLOGIA

Entretanto, a inovação não deve ser entendida apenas como alta tecnologia, ou altos investimentos em P&D, mas que deve ser levado em consideração as particularidades de cada setor, como na agricultura familiar, na qual demandas de pouco investimento acarretam grandes mudanças na qualidade de vida dessa população (Melo & Oliveira, 2020).

A inovação tem feito parte da agenda de políticas públicas do país, mas ainda atrelado ao paradigma da complexidade técnica. **Incentivos a inovação são importantes também em outros contextos de utilização, que são capazes de contribuir contra a vulnerabilidade social da população, segurança alimentar, desperdício de alimentos e outros desafios globais** (Escoffié, 2019)

Alguns produtores latino-americanos vêm buscando superar as dificuldades, implementado **novas tecnologias em suas rotinas**. Neste curso iremos mostrar estas experiências e **incentivar iniciativas que envolvam novas tecnologias como estratégia de soluções, serviços e produtividade; seja na conexão com o mercado, no gerenciamento de processos, na prestação de serviços ou na junção como outros agricultores familiares**.



1.2.1

INOVAÇÃO SOCIAL

INOVAÇÃO SOCIAL

Em concordância com Do Adro e Fernandes (2020), a **inovação** não é apenas projetos para solucionar problemas de competitividade de mercado, de novas tecnologias para a medicina ou para a indústria militar, a inovação está também associada com soluções para o enfrentamento de questões sociais, visando a melhoria da qualidade de vida da sociedade, sendo esse braço da inovação nomeada como **Inovação Social**.

Zickiené e Tamosiunas (2018) acrescentam que com o crescimento econômico a desigualdade social cresceu com o passar dos anos. Assim, a **Inovação Social** tem como proposta abordar problemas existentes, como aquecimento global, esgotamento de recursos naturais, exclusão social, desemprego e outros, visando prevenir o aprofundamento dessas dificuldades no futuro.

Dias- Villavicencio (2020), em seu estudo entre Brasil e Paraguay, expressa que famílias de agricultores familiares estão longe de possuírem práticas sustentáveis de **inovação** e é necessário o incentivo de programas de gestão, juntamente em parcerias com universidades e centros de pesquisa, que de acordo com Nascimento (2019), conseguem contribuir com suporte tecnológico.

Em suma, os produtores devem participar de organizações sociais/cooperativas, que facilitam a comercialização de produtos, participação em eventos específicos e o acesso a novas tecnologias.



INOVAÇÃO SOCIAL

A exemplo, o projeto UEL Campo Fácil permite uma ponte entre os estudantes da Universidade Estadual de Londrina-Paraná-Brasil e os agricultores familiares da região. A proposta do projeto provoca ao mesmo tempo **inovação** no sistema educacional da universidade, proporcionando visão prática aos alunos e também a prestação de serviços de assistência técnica mais adequada a esses produtores rurais, os quais os resultados do estudo mostram a necessidade (Oliveira, Souza, Fonseca, Dias & Oliveira, 2017).

Nesta perspectiva, um consórcio de nove parceiros da América Latina e Europa, sob a coordenação da Universidade de Freiburg, da Alemanha, realizou em Quito (Equador) o Projeto de Pesquisa **ForLive**, financiado pela União Européia para analisar iniciativas promissoras locais de gestão florestal na região Amazônica da Bolívia, do Brasil, do Equador e do Peru, a fim de identificar opções viáveis para que produtores familiares – colonos, comunidades e grupos indígenas, aproveitassem seus recursos com maior eficiência e promovendo o desenvolvimento local.

Quase 100 pesquisadores, estudantes, técnicos e produtores familiares geraram uma grande quantidade de informações e produtos com alta relevância, não somente para a ciência, mas também para os produtores, para as organizações de desenvolvimento e para os tomadores de decisão. Com base nesta riqueza de informações empíricas e reflexões conceituais foi organizada uma sequência de eventos, nos quais mais de 500 especialistas, técnicos, tomadores de decisão, produtores e estudantes aproveitaram a oportunidade para refletir sobre os resultados do Projeto **ForLive** e discutir uma visão operacional sobre o desenvolvimento da Amazônia que faça **uso apropriado do potencial social, econômico e ecológico da população local e seus recursos**.

INOVAÇÃO SOCIAL

Além desses exemplos, existem outras parcerias universidade-agricultores familiares de grande importância espalhados pelo Brasil e mundo, como a Feirinha Solidária, institucionalizada pelo Centro de Incubação de Empreendimentos Populares Solidários (Cieps) da Universidade Federal de Uberlândia, que tem como objetivo a melhora na renda e superação da exploração dos agricultores por meio do desenvolvimento de conhecimentos, ações e habilidades para a ocupação de espaços no mercado (Roalcaba, Betanho & Fernandes, 2020).

Em resumo, após a década de noventa no Brasil, surgiram cooperativas com base na agricultura familiar, que possuem forte vínculo social e buscam agregar os produtores em torno de um mesmo ideal. Essas cooperativas auxiliavam os produtores na comercialização de seus produtos, compra de insumos diretamente da indústria, compartilhamento de maquinário, criação de marca própria de origens orgânicas, novas técnicas rurais de plantio e outras possibilidades (Silva Neto & Chepp, 2021). Acrescenta Schneider e Cassol (2013), que além desses benefícios, as cooperativas organizam a cadeia produtiva horizontalmente, prestam serviços e fomentam o acesso e adoção a tecnologias

ESPAÇOS DE CONVIVÊNCIA



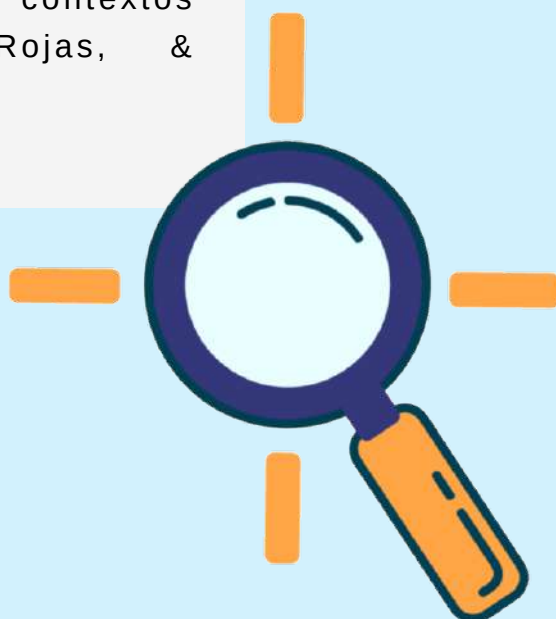
O Instituto Chão e o Instituto Feira Livre organizaram espaços de convivência e economia solidária para promover a venda de produtos sem que haja exploração do produtor ou funcionários. Esses espaços possuem um café, mercearia e feira com produtos orgânicos e artesanais a preço de compra (<https://www.institutochao.org/>, recuperado em 22 de agosto, 2021) (<https://www.institutofeiralivre.org/>, recuperado em 22 de agosto, 2021).



ALFABETIZAÇÃO DOS DADOS E DO USO DA TECNOLOGIA

AGRICULTORES INVESTIGADORES

O Programa Colaborativo de Investigação de Cultivos (CCRP) apoiado pela Fundação McKnight propõe uma abordagem de redes de pesquisadores agrícolas (RAI). Essa prática na Bolívia mostra como é possível realizar experimentos com pequenos agricultores, em que cocriação e troca de conhecimento estão sendo buscadas para obter melhores resultados, aplicáveis aos contextos em que vivem. A experiência consiste em definir processos participativos com a identificação de problemas; acordos sobre como, quando e onde investigar; desenvolvimento de ferramentas de recolha de dados; implementação em campo; processamento e análise. Todos os passos são feitos em conjunto, respondendo a contextos sociais específicos (Álvarez, Rojas, & Barahona, 2021).



ATIVIDADE 2



Sabe-se que a inovação vai além de novas ideias e inventividade e que pode vir de ideias já existentes, nova maneira de implementação ou a busca de soluções para o enfrentamento de questões sociais. Em relação a esse último exemplo, qual o nome desse tipo de inovação?

- Inovação tecnológica
- Inovação para agregar valor
- Inovação Social
- Inovação ambiental
- Inovação econômica



1.2.2

POLÍTICAS PÚBLICAS PARA INOVAÇÃO



POLÍTICAS PÚBLICAS PARA INOVAÇÃO

Percebe-se que os agricultores familiares não estão sozinhos em seus percursos. Diversas políticas públicas são criadas pelos governos com o intuito de fortalecer a agricultura familiar, por meio de subsídios ou financiamentos com taxas de juros reduzidas. As políticas públicas variam de país para país e até regionalmente, mas geralmente auxiliam ou incentivam a compra da produção oriunda da agricultura familiar; promovem a inclusão produtiva; incentivam ou financiam a agricultura sustentável e de maneira geral, fomentam e apoiam a inovação para agricultura familiar, que pode ocorrer na produção, gestão, comercialização ou até na inovação social, financiando cooperativas por exemplo.

Um outro apoio importante presente em todos os países são as políticas de assistência técnica rural, chamadas de ATR's, que oferecem serviço de assistência técnicas para os produtores em cada propriedade familiar.





POLÍTICAS PÚBLICAS PARA INOVAÇÃO

No Brasil, o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), que disponibiliza financiamentos para os agricultores; a Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural (Pnater), que elabora ações de assistência técnica e extensão rural; a Política de Garantia de Preços Mínimos (PGPM), que tem importância na diminuição de oscilações na renda dos produtores rurais e assegura uma remuneração mínima; o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), que é um dos maiores programas de alimentação do mundo, destinando o repasse de verbas para compra de alimentação saudável da agricultura local.

Na Argentina, o Programa de inserção econômica dos produtores familiares do norte argentino (PROCANOR), que melhora a inserção dos agricultores familiares em cadeias de valores emergentes; e outros muitos programas espalhados pela América Latina e Caribe, como Programa JUNTOS no Peru.





1.3

TRILHAS PARA INOVAÇÃO

TRILHAS PARA INOVAÇÃO



PRODUÇÃO



GESTÃO



MARKETING

A seguir, estão listadas algumas das ações realizadas por agricultores familiares, projetos voltados para a produção familiar ou ideias e sugestões inovadoras que podem auxiliar o produtor familiar no aperfeiçoamento do seu negócio. **As práticas serão divididas em três trilhas (gestão, produção e marketing) que proporcionarão ao produtor e também aos técnicos que trabalham com agricultura familiar, uma melhor visão de todo o processo de aprimoramento do seu negócio e propriedade rural.**



1.3.1

INOVAÇÃO NA GESTÃO

INOVAÇÃO NA GESTÃO



A **gestão** pode ser interpretada como a parte de administração de um negócio, que possui uma combinação multifatorial de conhecimento, tecnologia, organização e disciplina para que se obtenha sucesso. Quando um negócio é iniciado, o administrador precisa ter noção de alguns pontos básicos, mas importantes, do seu negócio.

O primeiro passo é conhecer o mercado que atua, sabendo quem é a concorrência, qual o preço dos comerciantes da região e como eles conseguem atrair os clientes, para que assim tenha conhecimento do mercado em que está atuando e possa elaborar estratégias para conseguir um melhor posicionamento de mercado. Desse modo, também é possível definir a oferta e demanda do local, a oferta é o quanto de produto é comercializado na região de atuação e a demanda é a quantidade que é consumida pelos clientes, para que assim seja possível também realizar ajustes na produção e na forma de divulgação.

Outro passo importante é conseguir organizar da melhor forma possível toda a cadeia de produção, gerenciando desde a compra ou aluguel de equipamentos, insumos para produção, estoque, quantidade produzida, quantidade comercializada e entre outros pontos que são de interesse do administrador. A organização faz com que consiga diminuir o desperdício, tenha conhecimento de todo o material que já possui e o que precisa ser comprado, evita atrasos na produção e gera um impacto positivo nos lucros.



INOVAÇÃO NA GESTÃO



Com o avanço tecnológico, a **tecnologia** começou a fazer parte do dia a dia de toda sociedade, fazendo com que houvesse a necessidade de adaptação de alguns setores, como por exemplo o de gestão. A **tecnologia da informação** (TI) é um meio importantíssimo para as empresas, uma vez que possibilita o acesso a diferentes tipos de informações, auxilia nos processos de planejamento, organização e controle.

Segundo Proença (2020), para que seja possível **innovar** é preciso ter uma **Gestão de Inovação** definida, a qual o autor separa em quatro categorias: Estratégia, Processos, Cultura e Financiamento. A estratégia é a capacidade de criar caminhos para que seja viável se adaptar rapidamente às mudanças de mercado, os processos são necessários para definir os problemas, validar e testar as soluções encontradas. Já a cultura, é importante para alavancar a **inovação**, fazendo com que todos os setores do negócio caminhem juntos para alcançar os objetivos de implementação da **inovação**. O financiamento são os recursos disponíveis para os projetos de **inovação**, sendo o investimento próprio em pesquisa e desenvolvimento ou financiamentos públicos, como a disponibilização de crédito.



Planilhas gratuitas para Gestão

A entidade privada sem fins lucrativos Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), possui o objetivo de capacitar e promover o desenvolvimento dos pequenos negócios de todo o Brasil. Assim, desenvolveu planilhas gratuitas de **gestão** que ajudam as empresas a permanecerem mais organizadas, tais como planilhas relacionadas a finanças, mercado e vendas, planejamento e pessoas. Segue alguns exemplos que podem auxiliar os pequenos produtores que ainda não digitalizaram seu formato de organização:

Produtos					Custos Diretos				Custos Fixos		
Produto	Preço de Venda	Projeções de vendas mensais	Receita bruta mensal	% de Participação	Matéria - Prima	Comissões (%)	Impostos (%)	Outros gastos	Total ajuste por produto	Custo Fixo	Valor (R\$)
Carne	R\$ 100,00	50	R\$ 5.000,00	21%	R\$ 15,00	3%	12%	R\$ 10,00	R\$ 40,00	Pól. Trabalho e salários	R\$ 6.500,00
Caixa	R\$ 120,00	40	R\$ 4.800,00	20%	R\$ 28,00	3%	12%	R\$ 18,00	R\$ 54,00	Taxa de propriedade (Aluguel e Iru)	R\$ 600,00
Camiseta	R\$ 70,00	200	R\$ 14.000,00	59%	R\$ 8,00	3%	12%	R\$ 6,00	R\$ 24,00	Salários e honorários	R\$ 700,00
										Aluguel	R\$ 2.000,00
										Marketing	R\$ 2.000,00
										Expatriações	R\$ 1.350,00
										Luzes e Áudiovisual	R\$ 980,00
										Outros Custos	R\$ 1.900,00

FERRAMENTA - CADASTRO DE CLIENTES Planilha													
Critérios para avaliação da frequência:						Critérios para avaliação do consumo:							
Dado (D): Cliente compra quase todos os dias						Consumo Alto (A): Cliente normalmente gasta muito que						Preencha os valores de referência	
Semanal (S): Cliente compra quase toda semana						Consumo Baixo (B): Cliente normalmente gasta pouco que							
Mensal (M): Cliente compra uma vez por mês						Consumo Médio (M): Cliente gasta entre valores definidos acima.							
Trimestral (T): Cliente aproximadamente compra						(R): Dado em branco nos meses que o cliente não compra							
Dados do Cadastro										Informe a data inicial		Informe a data final	
Nome	Nome	Atividade	Cidade	Bairro	Telefone	E-mail	Rede Social	Trég.	Consumo	Trég.	Consumo	Trég.	Co

ATIVIDADE 3



Na gestão do seu negócio, o que pode ser considerado importante? Assinale a alternativa que não corresponde:

- Conhecer o mercado que atua
- Entender demanda local
- Definir uma boa oferta de produtos ou serviços
- Procurar empregos urbanos
- Organizar a cadeia de produção



1.3.2

INOVAÇÃO NA PRODUÇÃO

INOVAÇÃO NA PRODUÇÃO



A **produção** é uma atividade que realiza a transformação da matéria-prima no produto final desejado, podendo ser um produto industrializado, um produto cultivado ou um produto artesanal. Normalmente, a produção possui um modelo sistêmico, que pode ser adaptado através das necessidades de cada empresa, ele geralmente possui a seguinte estrutura:



Na entrada estão incluídos todos os itens necessários para a **produção**, como a matéria-prima, as máquinas, a tecnologia, a mão de obra, o capital, as necessidades do mercado e outros. O processo de transformação é o momento em que a **produção** acontece e a matéria prima é transformada no produto final, também sendo a parte em que se monitora as necessidades de outras entradas e os ajustes na saída. O processo de saída é o momento em que se tem o produto acabado, podendo ser comercializado ou estocado, dependendo da necessidade da empresa.

A parte de **produção** necessita de um acompanhamento constante dos administradores, uma vez que qualquer erro pode impactar diretamente na entrega de produtos para o consumidor final. Desse modo, muitas empresas e comércios começaram a utilizar a inovação tecnológica para que conseguissem monitorar a produção, realizar previsões em relação à demanda, otimizar o tempo de produção e diminuir os custos.

INOVAÇÃO NA PRODUÇÃO

Lorenzetti, de Lima Trindade, Pires de Pires e Ramos (2012), a inovação tecnológica vai além da implementação de novas máquinas e equipamentos, uma vez que a tecnologia é apenas um dos pontos a serem modificados, contando também os diferentes instrumentos de negócio, como o modelo de gestão e a organização de trabalho que pode até ser coletiva. Desse modo, a inovação tecnológica vai desde a utilização da robótica, automação e novos equipamentos, até a transformação de modelos de produção e organização de gestão, como a adoção de novos canais de venda e mudanças no controle de produção, individual ou coletivo através de organizações do setor

INOVAÇÃO NA PRODUÇÃO

No cenário atual, as empresas e comércios que implementam a **inovação** em sua rotina de **produção** começam a ver os benefícios dessa aplicação. Requielme, Gallegos, Gómez e Cachipundo (2017), realizaram uma pesquisa que procurava analisar o oferecimento de crédito para o desenvolvimento tecnológico, ofertado por uma ONG em uma região do Norte do Equador, teria obtido resultados positivos. A pesquisa demonstrou que as propriedades que obtiveram crédito e utilizam **tecnologias** como cercas elétricas, ordenhas mecânicas, sistema de cadastros sanitário, produtivo e de reprodução dos animais, obtiveram uma melhoria na eficiência de **produção**.

De acordo com Argentina (2021), outro projeto voltado para a implementação de **tecnologias na produção** é o da “Lechería Municipal La Histórica”, localizado no município de Concepción del Uruguay, na província de Entre Ríos, que foi criado através da parceria entre Serviço Nacional de Saúde e Qualidade Alimentar (Senasa) e a prefeitura. O projeto consiste em uma máquina que embala e pasteuriza o leite cru dos produtores familiares de laticínios da região, possuindo também um acompanhamento feito pela Estação Experimental Agrícola Concepción del Uruguay (EEA) do INTA com os pequenos agricultores, para que aprendam sobre as boas práticas de fabricação. A comercialização do leite é feita em uma feira no município, sendo possível reduzir o circuito industrial de 270 km para 20 km, fazendo com que reduza a cadeia produtiva, incentive o consumo de produtos locais, diminua o custo para o produtor e o preço para o consumidor final.



APLICATIVOS

A Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), vinculada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento do Brasil, (<https://www.embrapa.br/aplicativos>, recuperado em 22 de agosto, 2021) possui um amplo portfólio de aplicativos desenvolvidos que buscam contribuir com caráter informativo nas atividades de seguro rural, clima e difusão **tecnológica**, como os seguintes aplicativos mais difundidos

Roda de Reprodução: auxilia no gerenciamento de rebanhos leiteiros. Permite acompanhar o crescimento e o peso das novilhas e bezerras e monitorar de maneira simples os estágios produtivos e reprodutivos das vacas.

Website WebAmbiente: auxilia nas tomadas de decisão no processo de adequação ambiental da paisagem rural e contempla o maior banco de dados já produzido no Brasil sobre espécies vegetais nativas e estratégias para recomposição ambiental.

Zarc - Plantio Certo: auxilia produtores e agentes da cadeia do agronegócio, por meio da disponibilização das informações oficiais do Zoneamento Agrícola de Risco Climático (Zarc).

Bioinsumos: oferece ao público usuário as opções de bioinsumos cadastrados pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) no Catálogo Nacional de Bioinsumos, além de informações relevantes a respeito do emprego de insumos biológicos na agricultura.



APLICATIVOS

Nutrisolo: auxilia o produtor no processo de adubação e calagem do solo, para as culturas de abacaxi, banana, citros e mandioca no Amazonas.

DoutorMilho: oferece sugestões de manejo para cada fase de desenvolvimento do milho.

Agri tempo: acesso às informações meteorológicas e agro meteorológicas de diversos municípios e estados do Brasil, tais como previsão do tempo, índices de seca etc. Sistema Diagnose Virtual: é um site dirigido para a área de sanidade animal e vegetal que possibilita o diagnóstico remoto de doenças.

Além dos aplicativos acima disponibilizados pela EMBRAPA, existem outros tantos disponíveis como por exemplo o Aplicativo chamado Fertile, que auxilia os pequenos agricultores a organizarem as informações técnicas de suas propriedades rurais, como variedades plantadas, datas de semeadura e manejos, laudos de análise de solo e folha, insumos aplicados e outros (<https://soufertile.com.br/>, recuperado em 01 de agosto, 2021).

Ou mesmo o aplicativo Adama Alvo, que conta com um amplo banco de fotos e informações referentes às principais doenças, plantas daninhas e pragas que atacam as lavouras brasileiras

(<https://www.adama.com/brasil/pt/adama-inovacao/adama-alvo>, recuperado em 01 de agosto, 2021).



ALUGUEL DE TRATORES E EQUIPAMENTOS AGRÍCOLAS



Existem plataformas que alugam máquinas e equipamentos agrícolas para quem não possui. Uma dessas plataformas é a Trringo, que com apenas uma ligação, o produtor consegue receber uma máquina conservada junto com um motorista profissional (Trringo Tube, n.d.). Outra é a We Farm Up, que além dos aluguéis, o produtor também pode contratar trabalhadores ou até mesmo fazer um investimento compartilhado com outro produtor que procura o mesmo que você (<https://www.wefarmup.com/fr/>, recuperado em 01 agosto, 2021).

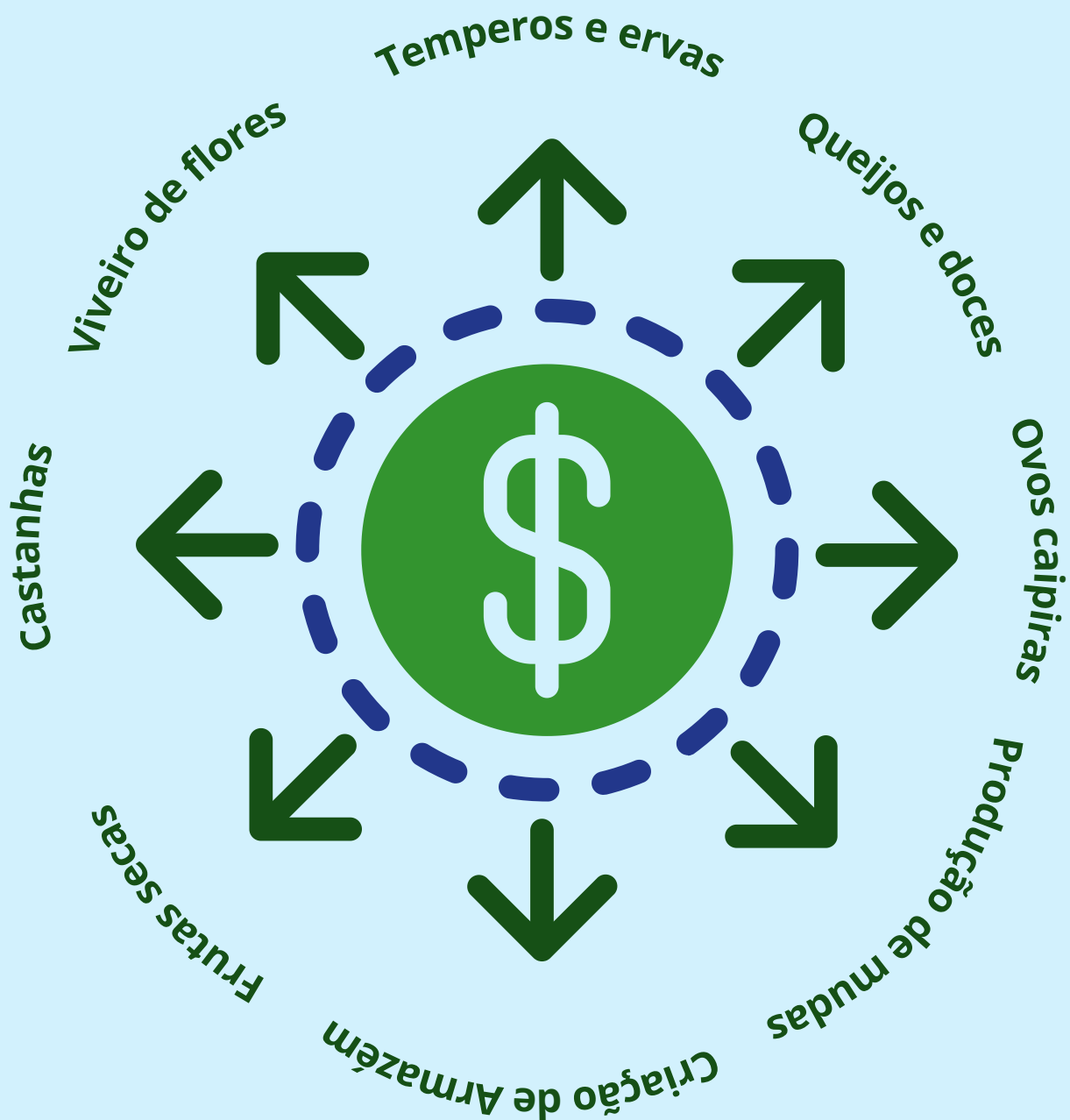
Outra plataforma interessante é a UllerAgro, que funciona como o “uber do campo”. Proprietários podem disponibilizar seus maquinários ociosos para aluguel e quem está precisando do aluguel escolhe nessa plataforma o que lhe interessa, podendo haver negociação (Bicudo 2017).



DIVERSIFICAÇÃO NA PRODUÇÃO



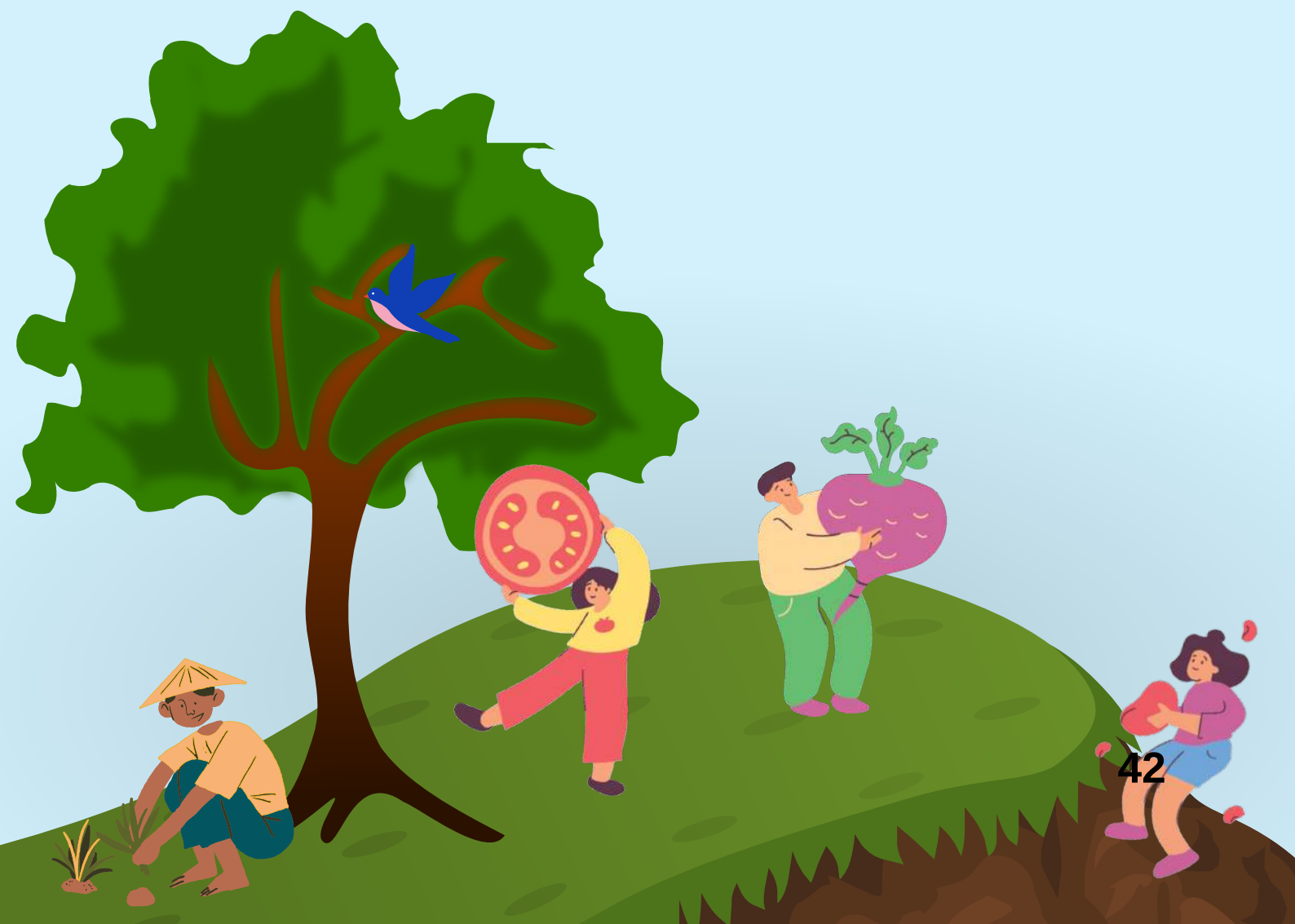
Também podemos verificar que a inovação está presente na **diversificação da produção**. Cada vez mais é possível identificar o consumo de produtos e serviços produzidos nas pequenas propriedades rurais por moradores dos centros urbanos próximos, especialmente no mundo pós-pandemia.



AGROFLORESTA E PERMACULTURA



Além das opções destacadas acima, o produtor pode inovar através de sistemas de regeneração do meio ambiente, que são consideradas com alternativas para o sistema de monocultura. Esses sistemas conhecidos como Permacultura ou Agrofloresta, visam a simulação de pequenos “micros sistemas”, garantindo a manutenção dos ciclos naturais, por meio da relação entre os diversos vegetais, que cultivados em conjunto oferecem uns aos outros subsídios para seus desenvolvimentos. Quando por exemplo uma área está sofrendo de degradação ou mesmo está improdutiva, podem ser utilizados esses processos para que a terra volte a ser saudável (Santos, Faria, Rocha, Vale & Kran, 2020; Cardo & Menegaz, 2020).



ATIVIDADE 4



Qual é o significado da atividade de produção?

- É uma atividade que realiza a transformação da matéria-prima no produto final desejado, podendo ser um produto industrializado, um produto cultivado ou um produto artesanal.
- É a parte de administração de um negócio, que possui uma combinação multifatorial de conhecimento, tecnologia, organização e disciplina para que se obtenha sucesso.
- É uma ciência que busca conhecer o comportamento dos indivíduos e assim, satisfazer suas necessidades. É uma das vertentes da administração que vem ganhando mais atenção das empresas ao longo dos anos, uma vez que é o meio de retenção de clientes.



1.3.3

INOVAÇÃO NO MARKETING

INOVAÇÃO NO MARKETING



O **marketing** pode ser definido como uma ciência que busca conhecer o comportamento dos indivíduos e assim, satisfazer suas necessidades. É uma das vertentes da administração que vem ganhando mais atenção das empresas ao longo dos anos, uma vez que é o meio de retenção de clientes. Desse modo, para direcionar as empresas, foi criado o **mix de marketing**, que corresponde a diferentes ferramentas que a empresa utiliza para conseguir identificar e atender as necessidades dos clientes. Essas ferramentas foram separadas em quatro grupos, os chamados **4Ps do marketing**, são eles: produto, preço, praça e promoção

O primeiro é o **produto**, que deve ser o produto ou serviço desejado pelo cliente, atendendo suas expectativas e necessidades. Dentro do grupo de produto existem inúmeros fatores que devem ser construídos, como a busca pela qualidade, variedade de produtos, design, características, nome de marca e etc. O **preço** deve possuir um valor justo, não pode ser muito elevado para o cliente desconsiderar a compra e nem muito baixo para que associe com baixa qualidade. Nele estão contidos a possibilidade de descontos, preço de lista, prazo de pagamento e outros.

A **praça** está relacionada com o acesso do cliente ao produto, ou seja, o local que as vendas serão feitas, definindo os canais de distribuição, ponto de venda, estoque e transporte. A **promoção** se trata da divulgação do produto, para que o cliente tenha vontade de comprar, ele precisa ver os produtos ao longo do seu dia a dia, para que entenda que ele faz parte de suas necessidades. Assim, fazem parte da promoção a publicidade, a força de vendas e o marketing direto.

É necessário também definir o **público alvo**, que são os indivíduos os quais o produto ofertado conseguirá atender suas necessidades, sendo necessário identificar pontos como a faixa etária, região demográfica, ciclo de vida, classe social e sexo. O **marketing** é uma peça essencial para o negócio se destacar no mercado competitivo. Desse modo, é importante adotar estratégias que façam o produto causar uma sensibilização no consumidor para que efetue a compra.

INOVAÇÃO NO MARKETING



A **evolução tecnológica** fez com que surgissem novos meios de comunicação com os consumidores, indo além da divulgação através de jornais, rádios e televisão. No início foram utilizados mala-direta e programas de mensagens instantâneas, com o desenvolvimento e surgimento das redes sociais, o marketing de “boca a boca” ganhou ainda mais força, conseguindo alcançar uma maior porcentagem do seu público alvo através de aplicativos como o Facebook, Instagram e Youtube.

Segundo Santini, Ghazan e Bontempo (2017), um estudo feito com agricultores familiares do Sul e Sudeste da Argentina, demonstrou que 87% dos entrevistados utilizam Facebook, 42% utilizam WhatsApp, mas apenas 29% fazem uso de ambas as redes sociais. No que tange o objetivo da utilização das redes sociais, levando em consideração os agricultores que utilizam Facebook e o WhatsApp, 46% utilizam para o comércio eletrônico, 38% para a Promoção dos produtos e 15% Organização Interna e Promoção. Além da divulgação feita por Facebook e grupos de Whatsapp, muitos possuem sites para que consigam ofertar seus produtos, como é o caso dos produtores de frutas e vegetais.



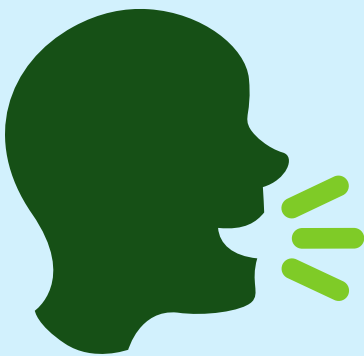
INOVAÇÃO NO MARKETING



SALE
SALE
SALE
SALE

Público Alvo

Pessoas atraídas por produtos frescos, orgânicos ou alimentação saudável;
Público diversificado;
Agroturismo.



Dificuldade

Alavancagem de vendas (mais pontos de vendas);
Mídias digitais.

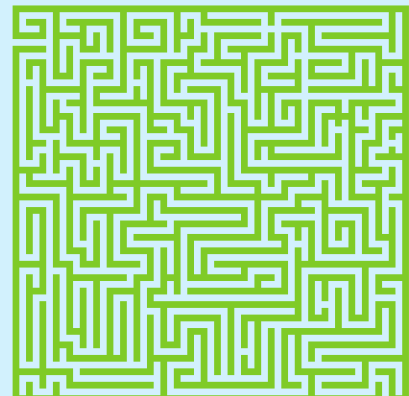
Processo de venda

Vendas apenas à varejo;
Espaço de comercialização;
Entrega de pedidos;
Pagamento em dinheiro o PIX.



Divulgação

Principalmente pelo Instagram (fotos da horta, produtos e receitas);
Placa indicativa de acesso a propriedade;
Whatsapp (cadastro de clientes e encomendas).



ATIVIDADE 5



Quais são os 4 Ps do marketing?

- Produto, preço, praça e promoção
- Produto, preço, prática e promoção
- Paciência, produto, preço, promoção
- Promoção, princípio, praça, produto
- Praça, promoção, pertinência, produto

PONTE ENTRE PRODUTOR E CONSUMIDOR



De acordo com Zuñiga, E. C. C, Zuñiga, N. C. e Montilla (2020), alguns agricultores familiares tiveram que encontrar formas de chegar até o consumidor durante a pandemia, para que isso fosse possível, eles começaram a utilizar aplicativos de celular, como o Youtube, o Facebook e o WhatsApp. Como foi o caso de uma família camponesa do município de Chipaque, Colômbia, que criaram um canal no Youtube chamado "Núbia e hijos". O canal foi criado por Núbia e seus filhos, com objetivo de mostrar a rotina e dificuldades dos pequenos produtores. Após o sucesso do canal, que atualmente conta 743 mil inscritos, os vídeos começaram a ser direcionados para os objetivos da família, fazendo com que além de disseminar informações, também conseguissem ofertar seus produtos.

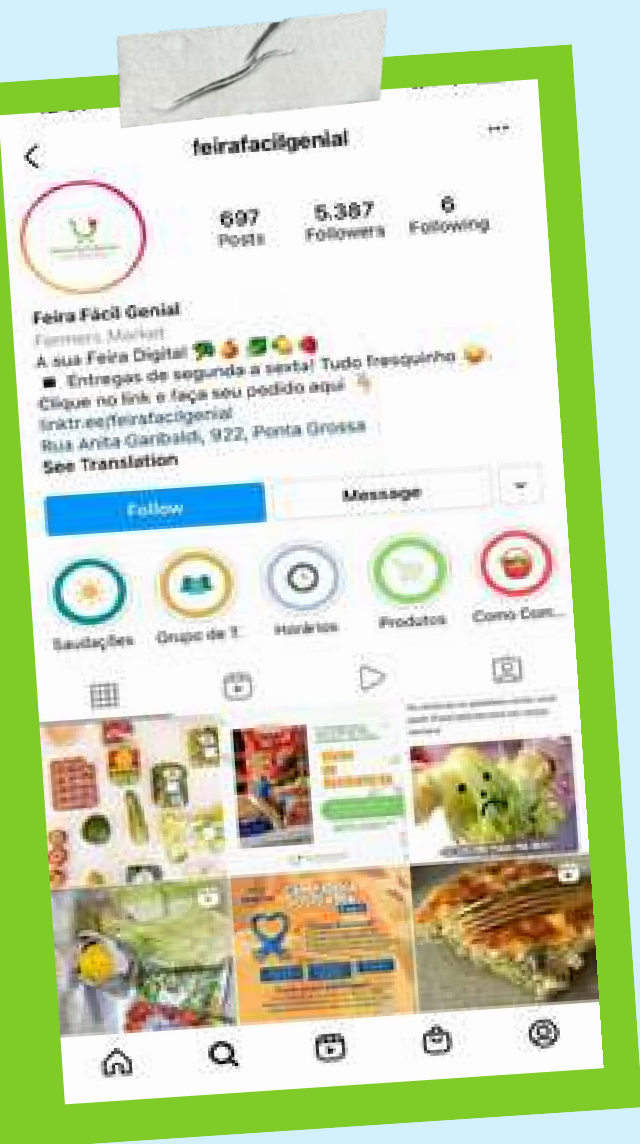
Com o passar do tempo, outros sete produtores se uniram ao canal, formando assim uma organização para que os agricultores divulgassem seus produtos. A divulgação foi ampliada para o Facebook e Instagram e uma loja virtual para comercialização. As páginas são gerenciadas por uma pessoa externa, que os auxilia com a manutenção da venda online (Zuñiga, E. C. C, Zuñiga, N. C., & Montilla , 2020).

PROJETO MERCADOS CAMPEVINOS

O autor fala sobre um projeto, chamado “Mercados Campesinos”, comandado pelo Ministério da Agricultura (INDAP) do governo do Chile. A rede foi criada com o objetivo de auxiliar 2.226 pequenos produtores na comercialização de seus produtos. Com a chegada da pandemia e a necessidade de implementação de medida contra a disseminação da Covid-19, o INDAP criou um site para que a comercialização continuasse a acontecer. O site recebeu o nome de “Mercados Campesinos On-line”, possuindo 16 mercados da região, que realizam a divulgação e venda dos produtos através do número dos produtores, sendo eles os responsáveis pelas entregas (Zuñiga, E. C. C, Zuñiga, N. C., & Montilla , 2020).



FEIRA FÁCIL GENIAL



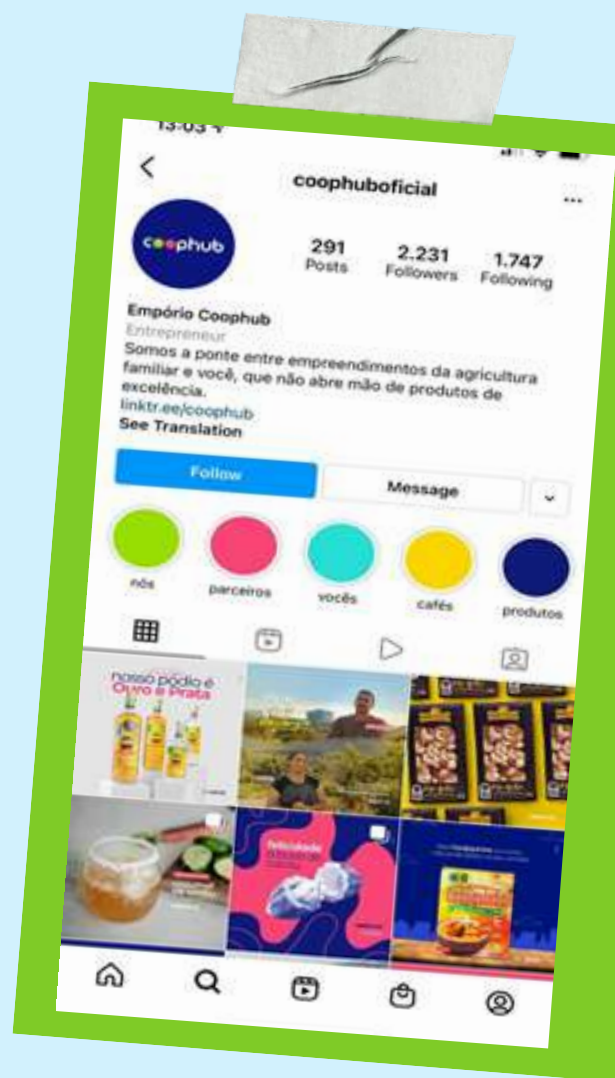
Durante a pandemia, os produtores rurais do Paraná, estado no sul do Brasil, têm utilizado a internet como ferramenta para garantir o escoamento da produção. Com isso, o site Feira Fácil Genial oferece à população o serviço de pedidos e entrega de hortifrútis e outros alimentos de produtores rurais. A Prefeitura da cidade disponibilizou um local para que os feirantes pudessem utilizar como central de abastecimento temporário, que possibilita organizar a logística das entregas, com fluxo limitado de pessoas e equipamentos de higienização (<https://educador.art.br/shopping/loja/feira-facil-genial/>, recuperado em 01 agosto, 2021).

Além do site, a Feira Fácil Genial possui um Instagram de divulgação de seus produtos, ideias para cozinhar, horários de pedidos e entregas, entre outros



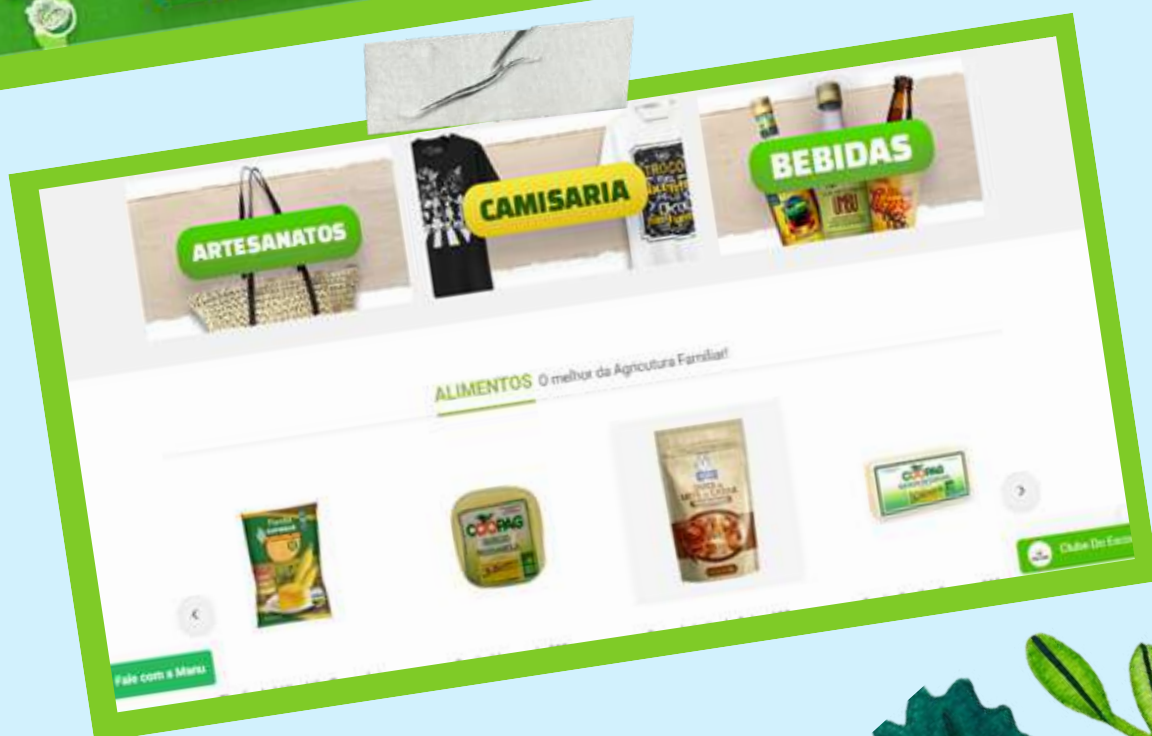
COOPHUB

A Coophub é uma aglutinadora de empreendimentos da agricultura familiar, cooperativas e associações. No site você encontra para comercializar açúcar mascavo, bebidas alcoólicas, castanhas, cereais, doces, geleias, entre outros diversos produtos (<https://coophub.com.br/>, recuperado em 01 agosto, 2021).



ESCOAF

A Escoaf promove saberes e sabores da Agricultura Familiar, usando a tecnologia para conectar vidas. No site de venda realizam parcerias com produtores não só de alimentos, mas também artesanato, biocosméticos, bebidas e outros. Com isso, possibilita a realização de kits e combos promocionais para os consumidores (<https://www.escoarbrasil.com.br/>, recuperado em 01 agosto, 2021).



FEIRA VIRTUAL DE AGRICULTURA FAMILIAR - FEVAF

A Feira virtual de agricultura familiar (Fevaf), é um canal entre consumidores e produtores de alimentos que trabalham com vendas virtuais nos municípios gaúchos brasileiros. Em seu site também trazem informações sobre alimentação e cuidados durante a comercialização de alimentos em época de pandemia (Covid-19). No site, também possui uma aba interessante em que o consumidor pode entrar em contato diretamente com o produtor do que se deseja comercializar e adquirir a compra. Nessa aba estão presentes os nomes dos produtores, os produtos que eles comercializam, telefone e município, facilitando a compra direta (<http://www.emater.tche.br/site/fevaf/>, recuperado em 01 agosto, 2021).



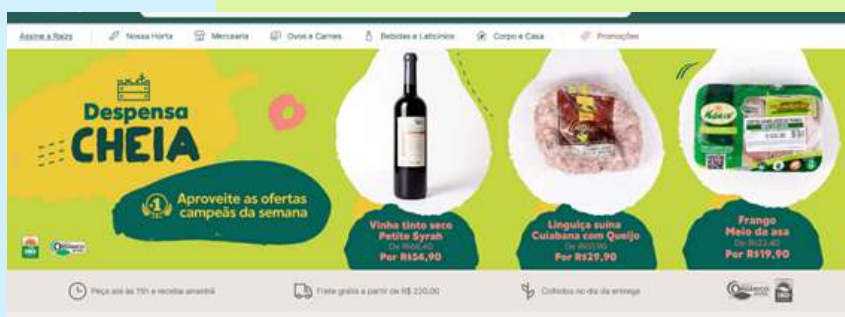
FEIRAS AGROECOLÓGICAS NO PERU

No Peru, na cidade de San Luis Província de Carlos Fermín Fitzcarrald e na cidade de Caraz na Província de Huaylas, estão localizadas feiras de comercialização de produtos agroecológicos. No caso da primeira, os produtores conseguiram posicionar suas hortaliças com mensagens de sensibilização de consumo local e práticas saudáveis de alimentação. Em relação a segunda feira, foi possível para os produtores, comercializarem suas hortaliças, frutas, derivados lácteos, tubérculos e outros no estádio da cidade (Figueroa, 2020).



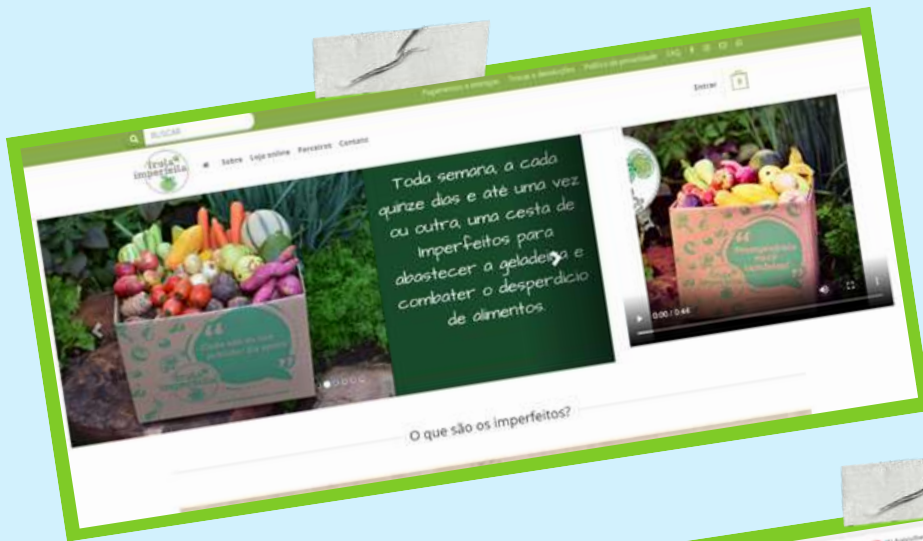
CLUBE DE ASSINATURA E BOX ORGÂNICO

Existe no mercado a comercialização de box de orgânicos, o qual o consumidor consegue receber em casa produtos frescos em caixas diretamente do produtor. Além disso, pode ser destacado a ideia de um clube de assinatura, no qual os participantes escolhem a periodicidade e personalizam o que querem receber. Essas ideias podem ser vistas nas empresas: Raizs, Orgânicos in box, Feira da box e Clube orgânico.



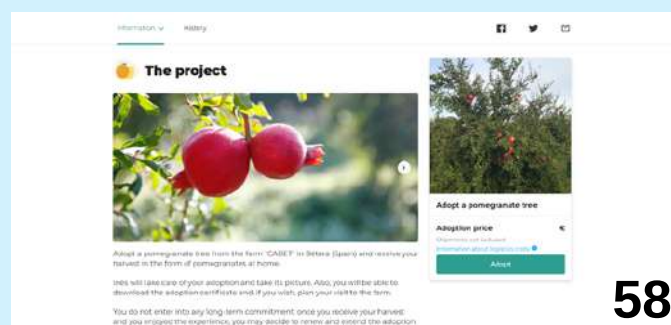
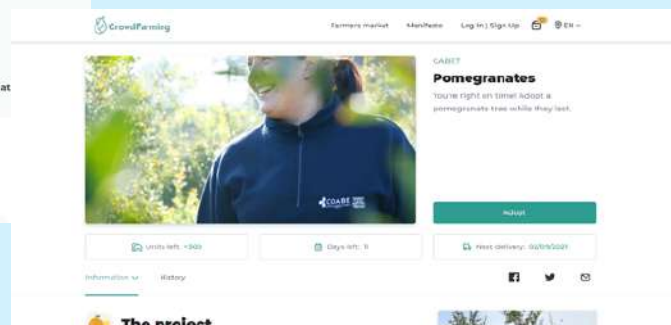
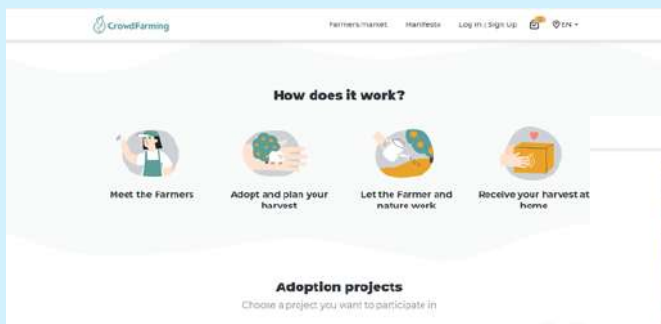
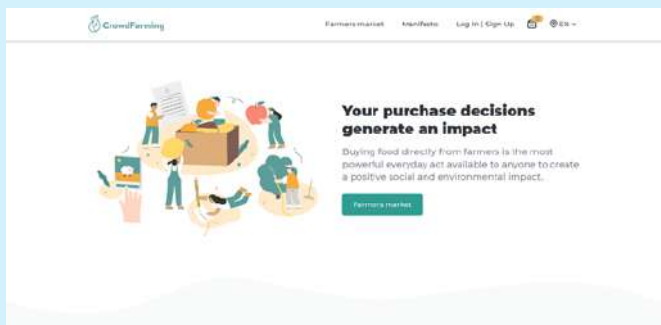
FRUTA IMPERFEITA

A Fruta imperfeita comercializa frutas e legumes que nascem fora dos padrões estéticos (muito grandes, muito pequenos e que possuem imperfeição na cor ou formato), para diminuir o desperdício de alimentos e ainda gerar renda para os produtores, realizando uma ponte entre eles e os consumidores (<https://frutaimperfeita.com.br/>, recuperado em 01 agosto, 2021).



CROWDFARMING

A Crowdfarming trabalha fornecendo uma plataforma para vender produtos, executar a logística para transportar pacotes, atendimento ao cliente e ferramentas de publicidade para tornar os produtores conhecidos. Nessa plataforma os produtores familiares se cadastram para obter esses serviços e os consumidores podem conhecê-los, conhecer suas fazendas, o modo como produzem e entre outras possibilidades. Os consumidores podem também adotar uma colheita e ao final receber a colheita em casa. Existem diversos projetos como o de adoção da árvore de romã da fazenda "CABET" de Bétera (Espanha), que além de ter a colheita em casa, o comprador pode ajudar na luta contra o desperdício, pois permite que o fazendeiro faça uma safra sabendo que alguém irá consumir (<https://www.crowdfarming.com/en>, recuperado em 01 agosto, 2021).



ATIVIDADE 6



Assinale se a afirmação é verdadeira ou falsa:

- A tecnologia da informação (TI) é um meio importantíssimo para as empresas, uma vez que possibilita o acesso a diferentes tipos de informações, auxilia nos processos de planejamento, organização e controle.
- O marketing é uma peça essencial para o negócio se destacar no mercado competitivo. Desse modo, é importante adotar estratégias que façam o produto causar uma sensibilização no consumidor para que efetue a compra.
- Não existe políticas públicas ou de assistência rural para auxiliar os produtores familiares na América Latina.
- A inovação tecnológica vai além da implementação de novas máquinas e equipamentos, uma vez que a tecnologia é apenas um dos pontos a serem modificados, contando também os diferentes instrumentos de negócio, como o modelo de gestão e a organização de trabalho que pode até ser coletiva.
- As estratégias de venda, utilizadas pelos exemplos “Feira Fácil Genial” e “Coophub”, não são consideradas estratégias de marketing.



1.4

**AGREGAR VALOR (A.V.A.A.A):
AGROINDUSTRIALIZAÇÃO,
AGROTURISMO E
AGROEVENTOS**

AGREGAR VALOR (A.V.A.A.A): AGROINDUSTRIALIZAÇÃO, AGROTURISMO E AGROEVENTOS



AGROINDUSTRIALIZAÇÃO



AGROTURISMO



AGROEVENTOS

AGROINDUSTRIALIZAÇÃO



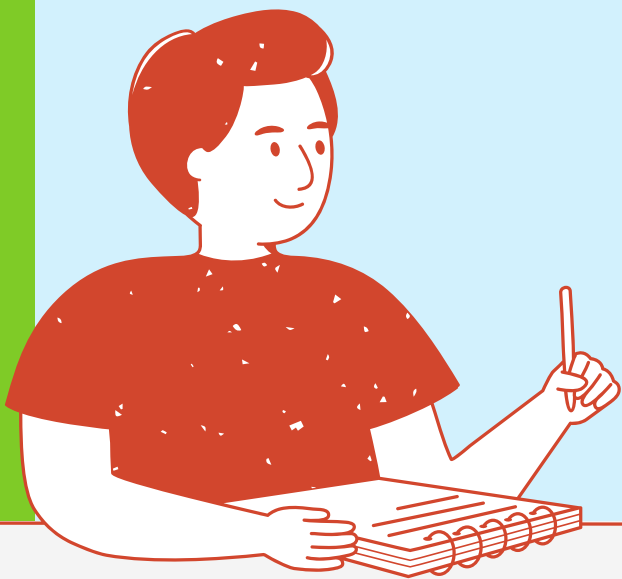
A atividade de **agroindústria** é uma das grandes alternativas de agregação de valor ao produto rural, com o beneficiamento do produto in natura. Com a implantação do turismo na propriedade, isto se potencializa, na medida que a comercialização do produto pode se dar dentro da própria propriedade, suprimindo o custo de distribuição e contribuindo para diversificar os atrativos do empreendimento.

Eis alguns exemplos: derivados do leite, embutidos, compotas, doces, verduras em conserva, licores/vinhos, biscoitos, roscas, massas, café, entre outros. Estes produtos podem compor, junto aos produtos **agroindustriais**, o mix de atrativos que são postos à disposição do visitante que busca o turismo rural, por meio dos postos de vendas. Por exemplo cestarias, artigos de madeira, utensílios de pedra, utensílios de metal, entre outros.

Em um estudo que buscou analisar a **agroindústria** familiar “Delícias do Campo”, que está localizado na comunidade Vasco da Gama, área rural do município de Foz do Iguaçu, observou a agroindústria como estratégia para o fortalecimento das famílias envolvidas em termos de agregação de valor em seus produtos e acesso a mercados alternativos. As mulheres da comunidade começaram a pensar em alguma alternativa para a melhora na renda familiar e qualidade de vida e como já produziam informalmente, pães,ucas e bolachas em suas casas, decidiram se unir e formar uma agroindústria. Essa que é pautada na economia solidária, incentiva a valorização da produção caseira e artesanal (Ferreira, 2017).

Um projeto de transferência de tecnologia em **agroindustrialização familiar** na associação de Rio Branco pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Baiano (IF Baiano), mostrou-se importante na promoção do desenvolvimento rural como alternativa para os principais problemas que afetam a população do meio rural. Algumas das atividades da agroindústria familiar da associação chamada de Apacorib são: desenvolvimento de frutas frescas, temperos desidratados e outros que promoveram uma serie de impactos sociais, econômicos e ambientais na comunidade e no município (Paixão, 2018).

ATIVIDADE 7



Assinale a alternativa que contém o produto que não faz parte da agroindústria:

- Frutas secas
- Temperos desidratados
- Eletrônicos
- Compotas de doces
- Roscas e pães

AGROINDUSTRIALIZAÇÃO



A marca Es Im-perfect em Barcelona, utiliza de frutas e verduras locais rejeitadas no comércio por imperfeições físicas, quedas de preços ou sobras de produção e as transformam em patês, geléias e molhos. É um espaço onde além de agregar valor as frutas e vegetais baseado na economia circular, proporciona trabalho a pessoas em risco de exclusão social (<https://esimperfect.com/en/>, recuperado em 01 agosto, 2021). Na mesma circunstância, a marca de produtos (Lleig) transforma frutas “feias” em produtos de cuidados com a pele; óleos essenciais e diversos produtos vendidos em recipientes reutilizáveis (Magloff, 2021).

Outro exemplo de melhora na qualidade de vida e renda por meio da **agroindustrialização** são percebidas nas famílias Gehn e Lazaretti, na região norte do estado do Rio Grande do Sul no Brasil. O principal produto da família Gehn é a erva-mate ecológica de barbaquá que possibilitou o pagamento dos estudos dos filhos, a manutenção deles na propriedade, a reforma da casa, a compra da caminhonete e a melhora na alimentação da família. A família Lazaretti conseguiu sair da situação de vulnerabilidade social que se encontrava, graças a agroindustrialização, que atualmente possibilita a venda de trinta produtos e alimentos diferentes, in natura e processados. Essa atividade proporcionou ganhos que foram aplicados em equipamentos de produção, aumento da produtividade, diversificação da gama de alimentos elaborados e sedimentação da agroindústria artesanal de doces de frutas e hortaliças. Além disso, as duas famílias mostram o empoderamento feminino frente a essas iniciativas de **agroindustrialização** (Gazolla & Brignoni, 2017).

No âmbito de empoderamento da mulher, a parceria entre universidade e agricultura familiar pode ser apontada como o Instituto Federal do Sul de Minas no Brasil que capacitou 30 mulheres na produção **agroindustrial** com o curso de formação sobre feminismo camponês e popular, cooperativismo, comercialização, **agroindustrialização** de doces, conservas e compotas, bem como a produção de plantas medicinais (Pereira, A. L. F., Morais, Alves, Pereira, M.M.A., & Dória, 2020).

AGROTURISMO



O **agroturismo** surgiu na Europa, na década de 60, onde as pessoas das cidades iam para o meio rural, hospedavam-se nas propriedades e estabeleciam um relacionamento diferente dos habituais nos centros urbanos. No **agroturismo**, o turista busca um atendimento pessoal, mais próximo da família que o recebe.

É justamente um conjunto de atividades turísticas, desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade. Envolve o conjunto de equipamentos e serviços, atrações, acessos e facilidades colocadas no meio rural à disposição dos turistas, atendendo suas expectativas e desejos de conhecer lugares ligados ao ambiente natural.

O **turismo** é pode ser um complemento da atividade rural. É preciso manter as tradições do trabalho do campo. Certamente para o cliente, esta é a principal atração do negócio, constituindo-se a base sobre a qual o turismo pode se consolidar. É fundamental imprimir no conceito do produto, a ideia da manutenção da vida no seu aspecto rural, com todos os benefícios que ela oferece: tranquilidade, segurança, vida em família.

Os recursos naturais da propriedade são representados pela fauna, flora, clima, morfologia do terreno e recursos hídricos, podem ser utilizados para implantar alternativas de entretenimento e lazer, opções de fornecimento de produtos para a manutenção do negócio, como hortas e pomares, embelezamento por meio de paisagismo, opções que, além da atividade em si, valorizam o ambiente, favorecendo, sensivelmente, a atração de demanda.



AGROTURISMO



A associação de **agroturismo** “Acolhida na Colônia” do município de Santa Rosa de Lima, Santa Catarina, foi criada com o intuito de atender visitantes interessados nos modos de produção orgânica e aspectos socioculturais da localidade. O município passou a receber financiamento público para criação de cursos, palestras e capacitações nos setores de hospedagem, alimentação e organização de eventos, para o incentivo a outros agricultores a diversificarem as ações de suas propriedades rurais. Os autores ainda relatam que o **agroturismo** estimulou visibilidade na região e que apesar de todos os desafios enfrentados, é possível os agricultores associarem práticas socioambientais, culturais e conhecimentos próprios da agricultura familiar para ação coletiva voltada ao turismo (Martins & Rudnicki, 2017).

A criação da rede Altos da Serramar, na região serrana do estado do Rio de Janeiro, pode contribuir para a preservação dos recursos naturais da região, fortalecer as funções sociais da agricultura, promover segurança alimentar da população e da própria família, além da manutenção da cultura local, por meio da demonstração dos saberes, identidade e legitimidade das famílias agricultoras. A rede, em parceria com o município, participa das rodas de conversas, feiras e reuniões do Conselho Municipal de Turismo de Nova Friburgo, para seu desenvolvimento. Ademais a outras parcerias mencionadas durante o texto, a rede também possui parcerias com uma Universidade, na qual os estudantes colocam em prática seus saberes em prol de ajudar os agricultores, prestando consultoria turística, financeira e de marketing (Caldas, Azevedo, & Mattos, 2020).



AGROEVENTOS



Geralmente os **agroeventos** são os eventos que promovem conhecimento e facilitam acesso às novas tendências e tecnologias de ponta, no uso do solo e manejo de animais, geralmente no caso de grandes produtores e em grandes feiras. Para agricultura familiar, a ideia do **agroevento** é utilizar a pequena propriedade rural como atividade para quem está distante do campo. As parcerias com escolas para visitação e vivência das crianças com a produ o de alimentos tem cada vez mais despertado interesse e uma nova renda para o agricultor. Esse é o caso da Horta São Francisco em Ribeirão Preto, Brasil, que recebe alunos das escolas da região para uma visita o e recebem um valor por d ia de visita.

Uma outra alternativa são os cafés da manhã aos domingos para atletas que andam de bicicletas na área rural, ou demais moradores das cidades que p s pandemia estão valorizando cada vez mais o contato com a natureza.



ATIVIDADE 8



Assinale se a afirmação é verdadeira ou falsa:

- A agroindústria é uma estratégia para o fortalecimento das famílias envolvidas em termos de agregação de valor em seus produtos e acesso a mercados alternativos.
- O agronegócio é um conjunto de atividades turísticas, desenvolvidas no meio rural, comprometido com a sustentabilidade, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade.
- A agroindustria Es Im-perfect em Barcelona, utiliza de frutas e verduras locais rejeitadas no comércio por imperfeições físicas, quedas de preços ou sobras de produção e as transformam em patês, geléias e molhos.
- O turismo é pode ser um complemento da atividade rural.
- Recebe alunos de escolas para visitas a propriedade rural, pode ser considerada uma estratégia de Agroevento.



2

CONCLUSÃO

CONCLUSÃO



Apesar do avanço e reconhecimento da importância da agricultura familiar, especialmente no início do século XXI, a inovação tecnológica e social para agricultura familiar ainda está bem distante da realidade dos produtores da América Latina e Caribe. A inovação na agricultura familiar aparece apenas em algumas experiências isoladas, geralmente, com a intermediação das universidades, de organizações não-governamentais e de experiências em inovação social, como em redes de agricultores ou cooperativas.

Pesquisar a inovação tecnológica e social para agricultura familiar leva-nos ao desafio de repensar a inovação e ao de fazer do campo um objeto central de estudo sistemático e rigoroso, integrando o perfil dos agricultores familiares e o esforço teórico de compreensão e análise das especificidades do campo, nas tensões entre particularidade e universalidade; entre inovação tecnológica e inovação social; e pensar especialmente na formação de novas lideranças envolvidas com a agricultura familiar, assim como na sucessão familiar e na vinculação dos jovens nesse complexo processo.

O desafio na atualidade exige estudar como as contradições sociais do modo de produção capitalista materializam-se no cotidiano dos agricultores familiares, notadamente, nas relações entre burguesia agrária do agribusiness e na agricultura familiar e como os trabalhadores e suas organizações movimentam-se e se formam nesse quadro, buscando retomar e transformar sua condição de agricultores no mundo digital, e nas alternativas para o avanço da agricultura familiar com inclusão digital.

Partimos do pressuposto de que um novo modelo de desenvolvimento é imprescindível em nossa sociedade, devendo ser articulado entre os espaços que se caracterizam como campo e cidade (Passador, 2016). Repensar o desenvolvimento significa atuar na construção de um projeto popular de agricultura que valorize a agricultura familiar; percorra temáticas, como a inovação tecnológica, a formação econômica, a questão agrária, a formação do povo latino-americano, as relações de trabalho e a soberania da natureza; supere a oposição entre campo e cidade e a visão predominante de que o moderno e avançado é apenas urbano, e que a evolução de um país se mede pela diminuição da sua população rural; ao sentido oposto da visão do rural condicionada às matrizes culturais escravistas, latifundiárias e oligárquicas, aliadas ao projeto de modernização conservadora do campo, levando em conta as forças e fraquezas de nosso passado colonial de caráter contraditório, restrito e conservador.

ATIVIDADE 9



Agora que você terminou o curso, assinale a alternativa que não corresponde com a realidade:

- Para inovar não é necessário grandes investimentos de capital
- Os produtores podem inovar socialmente
- Os produtores não estão sozinhos nessa jornada, pois existem políticas públicas, universidades e cooperativas que auxiliam o produtor
- A inovação não vem de práticas em Gestão, Marketing e Produção
- A diversificação das atividades rurais pode ajudar a fazer o negócio crescer



3

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA

Álvarez, E. M., Rojas, W., & Barahona, C. (2021) Diseño de experimentos con pequeños agricultores: Una herramienta metodológica para redes de agricultores investigadores. *LEISA Revista de Agroecología*, 37(1), 25-28. Recuperado de <https://leisa-al.org/web/index.php/volumen-37-numero-1/4435-diseno-de-experimentos-con-pequenos-agricultores-una-herramienta-metodologica-para-redes-de-agricultores-investigadores>.

Alves, E., Marques, J., Silva, V., Silva Júnior, M., & Meyer, L. (2020). Experiências na Extensão Universitária no Assentamento Abril Vermelho. In D. F. Andrade (Ed.). *Agroecologia em Foco* (Vol. 4, Chap. 4, pp. 31-38). Belo Horizonte: Poisson. Recuperado de <https://poisson.com.br/2018/produto/agroecologia-em-foco-volume-4/>

ARGENTINA. Ministério da Agricultura, Pecuária e Pesca. Visita a la ensachetadora pasteurizadora de leche fluida para productores familiares: La iniciativa que el Senasa acompaña, busca producir leche de calidad a un precio justo, impulsando la economía de Entre Ríos, 29 jul. 2021. Recuperado em 29 de julho de 2021, de <https://www.argentina.gob.ar/noticias/visita-la-ensachetadora-pasteurizadora-de-leche-fluida-para-productores-familiares>

Baiardi, Amilcar. (2011). Nascimento e desenvolvimento de sistemas de ciência, tecnologia e inovação na América Latina: uma visão histórica. *Cadernos de História da Ciência*, 7(1), 35-54. Recuperado em 21 de agosto de 2021, de http://periodicos.ses.sp.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-76342011000100003&lng=pt&tlng=pt

Bicudo, L. (2017) *UllerAgro: ela quer suprir suas necessidades e virar o “Uber do campo”*. Recuperado de <https://www.startse.com/noticia/startups/ulleragro-ela-quer-suprir-suas-necessidades-e-virar-o-uber-do-campo>.

Buainain, A. M., Cavalcante, P., & Consoline, L. (2021) Estado atual da agricultura digital no Brasil: Inclusão dos agricultores familiares e pequenos produtores rurais. CEPAL. Recuperado https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46958/1/S2100279_pt.pdf.

Caldas, L. C. C., Azevedo, A., & Mattos, C. (2020) Altos da Serramar, circuitos de agroturismo. *Anais do XI Congresso Brasileiro de Agroecologia*, São Cristóvão, Sergipe, Brasil, 15. Recuperado de <http://cadernos.aba-agroecologia.org.br/index.php/cadernos/article/view/3783/4009>.

Cardo, A. M., & Menegaz, G. M. (2020). A permacultura como prática familiar. ANAIS CONGREGA MIC-ISBN: 978-65-86471-05-2 e ANAIS MIC JR.-ISBN: 978-65-86471-06-9, 16, 508-512.

de Souza, P. M., Fornazier, A., de Souza, H. M., & Ponciano, N. J. (2019). Regional differences of technology in family farming in Brazil. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, 57(4), 594-617. Recuperado de <https://www.revistasober.org/article/doi/10.1590/1806-9479.2019.169354>

Diaz-Villavicencio, G. (2020). Innovation management practices: analysis of small family farmers on the border of Brazil and Paraguay. *International Journal of Organizational Analysis*, 28(6), 1243–1254. Recuperado <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJOA-11-2019-1925/full/pdf?title=innovation-management-practices-analysis-of-small-family-farmers-on-the-border-of-brazil-and-paraguay>

BIBLIOGRAFIA

do Adro, F., & Fernandes, C. I. (2020). Social innovation: a systematic literature review and future agenda research. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 17(1), 23-40. Recuperado de <https://www.springerprofessional.de/en/social-innovation-a-systematic-literature-review-and-future-agen/17505626>

ESCOFFIÉ, M. C. E. (2019). A Rede de Gestão da Inovação no Setor Agroalimentar (Rede Innovagro). In L. de J. de S. Silva, J. O. C. Pinheiro, & A. W. Muniz (Ed.). *Pesquisa e agricultura familiar: intercâmbio de ações e conhecimentos para transferência tecnológica na Amazônia* (pp. 79-94). Manaus: Embrapa Amazônia Ocidental. Recuperado de <https://www.embrapa.br/busca-de-publicacoes/-/publicacao/1109676/pesquisa-e-agricultura-familiar-intercambio-de-aco-es-e-conhecimentos-para-transferencia-tecnologica-na-amazonia>

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA (Brasília). Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (ed.). *Embrapa Agricultura Familiar: políticas públicas conteúdo web*. Recuperado em 05 de agosto de 2021 de https://www.embrapa.br/conteudo-web/-/asset_publisher/fHv2QS3tL8Qs/content/tema-embrapa-agricultura-familiar-politicas-publicasinheritRedirect=false&redirect=https%3A%2F%2Fwww.embrapa.br%2Fconteudoweb%3Fp_id%3D101_INSTANCE_fHv2QS3tL8Qs%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dnormal%26p_p_mode%3Dview%26p_p_col_id%3Dcolumn-1%26p_p_col_count%3D1

Ferreira, R. L. A. (2017) Agregação de valor nos produtos da agricultura familiar de Foz do Iguaçu -PR: O caso da agroindústria Delícias do Campo. [e-ISSN: 2525-7870] *RELACult - Revista Latino-Americana De Estudos Em Cultura E Sociedade*, 3(3), artigo 607. Recuperado de <https://periodicos.claec.org/index.php/relacult/article/view/607/329>.

Figueroa, A. E. (2020). Cadenas cortas de comercialización en valles altoandinos de Ancash. *LEISA Revista de Agroecología*, 36(8), 16-18. Recuperado de <https://www.leisa-al.org/web/images/stories/revistapdf/vol36n3.pdf>

Gazolla, M., & Brignoni, C. (2017) A agroindustrialização familiar ecológica como estratégia de melhoria da qualidade de vida e da renda nos espaços rurais. In: Grupo de estudos e pesquisas agricultura familiar e desenvolvimento rural (Orgs.). *Experiências inovadoras na agricultura familiar brasileira: atores, práticas e processos para o desenvolvimento rural*. (Vol. 2, Chap. 10, pp. 57-60). Montevideo: CLAEH. Recuperado de <https://biblioteca.incaper.es.gov.br/digital/bitstream/123456789/3006/1/Experiencias-inovadoras-na-agricultura-familiar-brasileira-colBPAF3.pdf>.

He, C. (2009) Innovation and Modernization. *Procedures of the International forum of technological innovation and competitive technical intelligence*, p. 36-42. Recuperado de <https://www-webofscience.ez67.periodicos.capes.gov.br/wos/woscc/full-record/WOS:000283110100003>.

Lai, K.S., Yusof, N. & Kamal, E.M. (2016) Innovation orientation in architectural firms, *Construction Innovation*, 16(4), 425-445. Recuperado em 3 agosto 2021, de <https://doi.org.ez67.periodicos.capes.gov.br/10.1108/CI-05-2015-0030>.

BIBLIOGRAFIA

Leal, C. I. S., & Figueiredo, P. N. (2018). Inovação e tecnologia no Brasil: desafios e insumos para o desenvolvimento de políticas públicas. *Technological Learning and Industrial Innovation Working Paper Series*, (1), 1-32. Recuperado de https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/tlii-wps/article/view/77828/pdf_15

Lorenzetti, J., de Lima Trindade, L., Pires de Pires, D. E., & Souza Ramos, F. R. (2012). Tecnologia, inovação tecnológica e saúde: uma reflexão necessária. *Texto & Contexto Enfermagem*, 21(2),432-439. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71422962023>

Macías Aragonés, M., Girón Domínguez, C., Nieto Fajardo, M., Chavier, N., Páez Rodríguez, D., Ureña Mayenco, M., Moreno García, J C., García Alegre, M., & de la Viña Nieto, G. (2020) *Tecnologías de bioeconomía para valorizar residuos y desperdicios oportunidades de negocio para la agricultura familiar*. IICA. Recuperado de <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/12942/BVE20109022e.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Magloff, L. (2021). *Ugly fruit turned into sustainable cosmetics*. Recuperado em 05 agosto, 2021, de <https://www.springwise.com/innovation/fashion-beauty/julia-roca-vera-food-waste-skincare>

Martins, M. R., & Rudnicki, C. S. (2017) Agroturismo como estratégia de fortalecimento da agricultura familiar: o caso do roteio agroturístico “Acolhida na Colônia” em Santa Rosa de Lima, Santa Catarina. In: Grupo de estudos e pesquisas agricultura familiar e desenvolvimento rural (Orgs.). *Experiências inovadoras na agricultura familiar brasileira: atores, práticas e processos para o desenvolvimento rural*. (Vol. 2, Chap. 11, pp. 62-64). Montevideo: CLAEH. Recuperado de <https://biblioteca.incaper.es.gov.br/digital/bitstream/123456789/3006/1/Experiencias-inovadoras-na-agricultura-familiar-brasileira-colBPAF3.pdf>

Melo, S. W. C., & de Oliveira, L. G. (2020). A dinâmica da inovação na agricultura familiar do semiárido potiguar. *Desenvolvimento e Meio Ambiente*, 55, 517-537. Recuperado em <https://revistas.ufpr.br/made/article/view/73325/42395>

Nascimento, L. R. C. E. (2019). Agricultura familiar, Tecnologia e Mercado. In: L. de J. de S. Silva, J. O. C. Pinheiro, & A. W. Muniz (Eds.). *Pesquisa e agricultura familiar: intercâmbio de ações e conhecimentos para transferência tecnológica na Amazônia*. (Chap. 2, pp. 47-54). Manaus: Embrapa Amazônia Ocidental. Recuperado de <https://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/handle/doc/1109676>

Oliveira, E. C., Souza, J., Fonseca, E., Dias, F. M. V., & Oliveira, D. (2017) Projeto Campo Fácil-Uel: assistência técnica e difusão de tecnologia aos agricultores familiares do município de Londrina–PR. *Extensão Rural, Santa Maria*, 24(1), 120-129. Recuperado de <https://periodicos.ufsm.br/extensaorural/article/view/20357>

Paixão, J. F. (2018) *Educação, meio ambiente e comunidade: Experiências do IF Baiano*. Salvador: EDUFBA. Recuperado de <http://www.edufba.ufba.br/2018/05/educacao-meio-ambiente-e-comunidade-experiencias-do-if-baiano/>

Passador, C. S. (2016). *Observações sobre educação no campo e desenvolvimento no Brasil* (1ª ed.). São Paulo: Annablume.

BIBLIOGRAFIA

Pereira, M. M. A., Morais L. C., Alves, E. M., Pereira, A. L. F., & Dória, J. (2020) Reforma agrária: mulheres de luta na agroindustrialização de alimentos e produção de plantas medicinais. *Anais do XI Congresso Brasileiro de Agroecologia*, São Cristóvão, Sergipe, Brasil, 15. Recuperado de <http://cadernos.abaagroecologia.org.br/index.php/cadernos/article/view/3381/3292>

Proença, J. J. C. (2020) Strategy, processes, culture, and funding the groundwork for sustainable innovation. *Journal on Innovation and Sustainability*, 11(4), 88-100. Recuperado de <https://revistas.pucsp.br/index.php/risus/article/view/49217>.

Requelme, N., Gallegos, A. A., Gómez, J. H., & Cachipundo, C. (2017) Prácticas tecnológicas y productividad en fincas lecheras de agricultura familiar en el norte de Ecuador. *Anais International Congress on Project Management and Engineering*, Cádiz, Spain, 12. Recuperado de <http://dspace.aepro.com/xmlui/bitstream/handle/123456789/530/AT06-014.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Roalcaba, O.D.C., Betanho, C., & Fernandes, J. E. (2020). Economia solidária e produção agroecológica na visão dos agricultores participantes da Feirinha Solidária da UFU. *Anais do XI Congresso Brasileiro de Agroecologia*, São Cristóvão, Sergipe, Brasil, 2. Recuperado de <http://cadernos.abaagroecologia.org.br/index.php/cadernos/article/view/3584>

Santini, S., Ghezan, G., & Bontempo, M. (2017) Uso de las TIC por parte de Agricultores Familiares en el Sudeste de la provincia de Buenos Aires. *Anais X Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales Argentinos y Latinoamericanos*. Buenos Aires, Argentina, 5. Recuperado de https://repositorio.inta.gov.ar/xmlui/bitstream/handle/20.500.12123/4172/INTA_CRBsAsSur_Santini_S_uso_ticparte_agricultores_familiares.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Santos, W. M. dos., Faria, L. R., Rocha, A. F. M., Vale, L. S. R., & Kran, C. da S. . (2020). Sistema agroflorestal na agricultura familiar. *Revista UFG*, 20(26). <https://doi.org/10.5216/revufg.v20.63772>

Schneider, S., & Cassol, A. (2013). *A agricultura familiar no Brasil (145)*. (Relatório de Pesquisa/2013), Santiago, Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural. Recuperado de https://www.rimisp.org/wp-content/files_mf/1438617722145AgriculturaFamiliarBrasil_ShneiderCassol_editado.pdf

Silva Neto, N. S. da., & Chepp, V. C. (2020). O cooperativismo e a economia solidária: uma alternativa para combater o envelhecimento do produtor rural por meio de geração de renda. In I. F de Souza, & R. de S., Vieira (Org.). *Estado, política e direito: políticas públicas, cidadania e direitos humanos*. (Vol. 4, Chap. 4, pp. 277-293). Criciúma: UNESC. Recuperado de <http://repositorio.unesc.net/bitstream/1/8235/1/O%20cooperativismo%20e%20a%20economia%20solid%3%a1ria.pdf>.

Trringo Tube. (n.d.). Home [YouTube Channel]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=rbK3Wh5Gzoc&t=18s>

Vaccarezza, L. S. (2011) Ciencia, Tecnología y Sociedad: el estado de la cuestión en América Latina. *Ciência & Amp; Tecnologia Social*, 1(1). Recuperado de <https://periodicos.unb.br/index.php/cts/article/view/7801>

BIBLIOGRAFIA

Žičkienė, S., & Tamošiūnas, T. (2018) Social innovation concept and implementation in the European Union and in the Republic of Lithuania. *Social Welfare: Interdisciplinary APPROACH*, 1(8), 42-58. Recuperado de <http://www.socialwelfare.eu/index.php/sw/index>

Zuñiga, E. C. C., Zuñiga, N. C., Montilla, I. A. L. (2020) Agricultura familiar e plataformas digitais no contexto da COVID-19. *Boletim Covid-19*, 15, p. 1-8. Recuperado de https://www.unicamp.br/unicamp/sites/default/files/2020-07/Boletim_%20Covid%20n15_Agricultura%20Familiar_Plataformas%20Digitais%20%282%29.pdf



4

ANEXOS



4.1

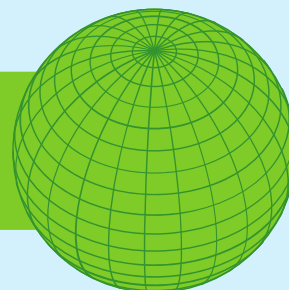
RUMO A TECNOLOGIAS DIGITAIS

RUMO A TECNOLOGIAS DIGITAIS

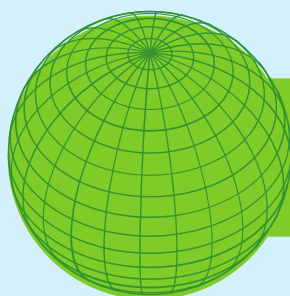


Sabendo da importância da tecnologia digital, bem como mídias sociais para informar sobre o produto ou serviço que deseja oferecer, oferece-se aqui algumas ferramentas e ideias que podem auxiliar o produtor agrícola familiar a melhorar os seus negócios:

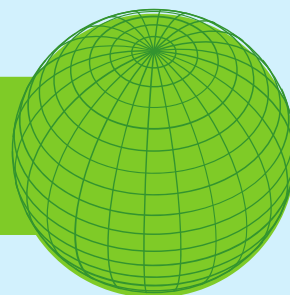
Criação de Instagram



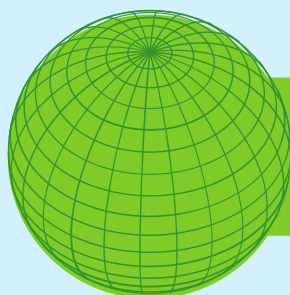
Criação de Facebook



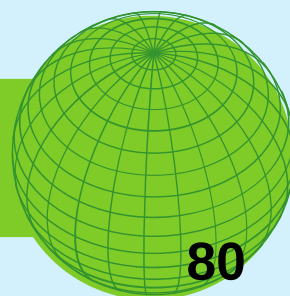
Criação de conteúdo



Criação de aplicativo de venda

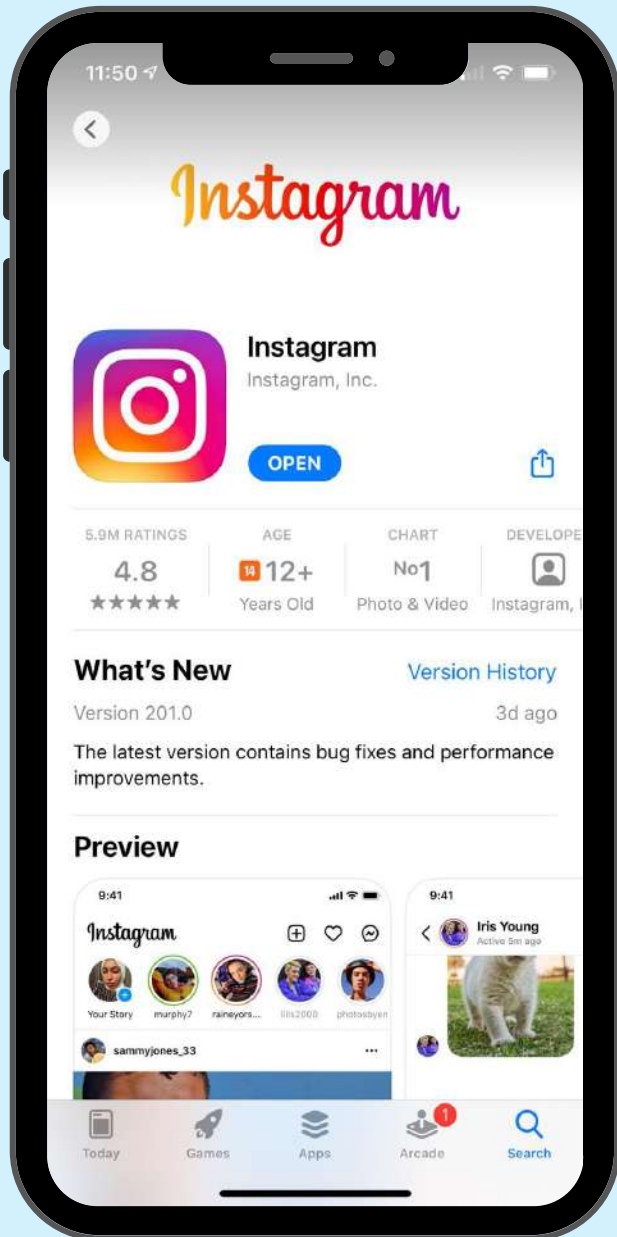


Criação de site institucional e venda





INSTAGRAM



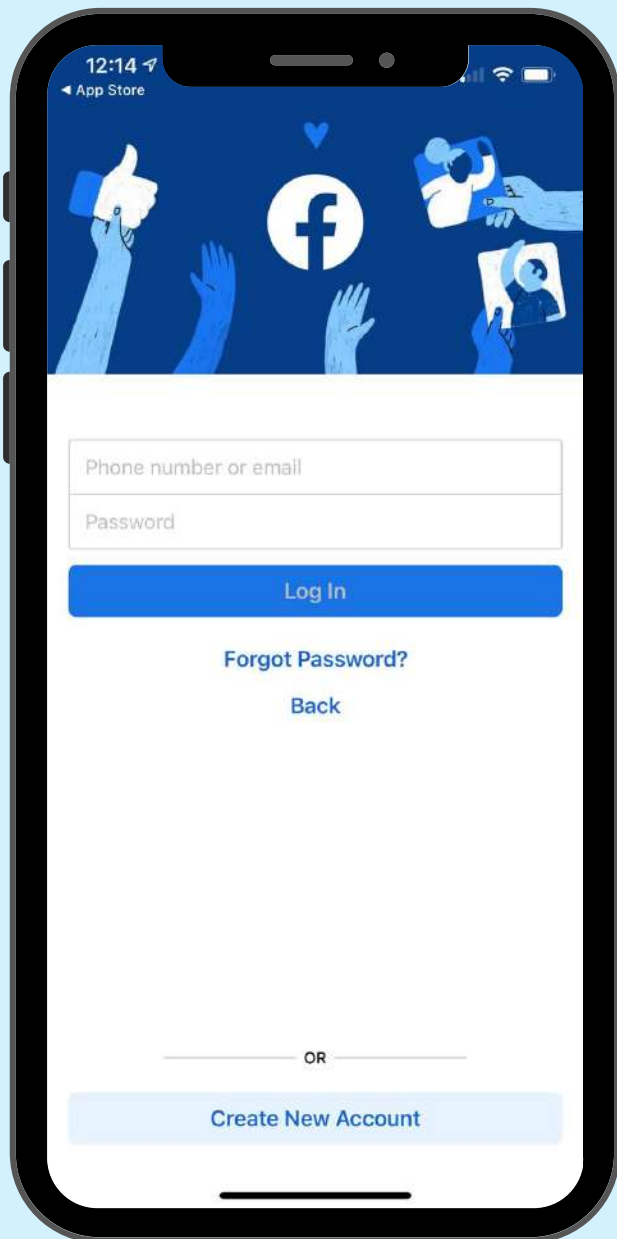
Com o Instagram, o produtor poderá usufruir das ferramentas que ele proporciona como postagem de fotos, seguir outras contas de Instagram, editar o perfil, criar Reels e entre outras oportunidades.

O produtor familiar pode fazer suas postagens para a divulgação do produto ou serviço, com o auxílio de imagens, figuras, vídeos, etc.

Além disso, poderá fazer benchmarking, por meio da análise de outras contas de Instagram parecidas com as suas. Se inspirar, ter ideias e muito mais.



FACEBOOK



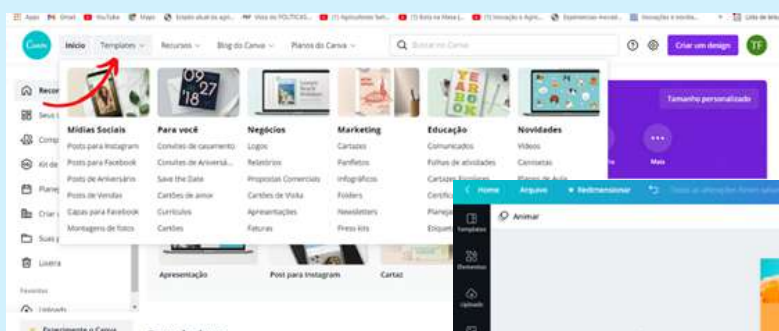
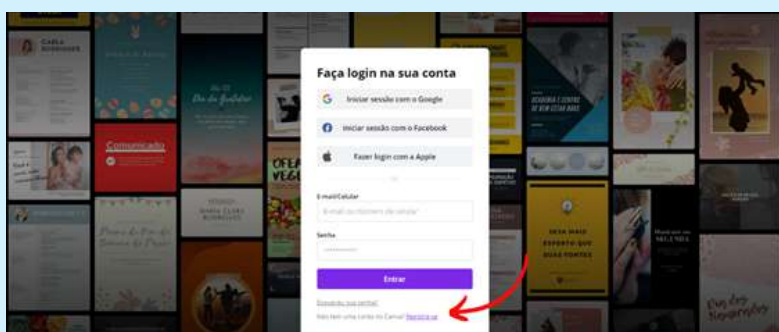
No Facebook, uma plataforma muito parecida com o Instagram, existem diversas oportunidades que o produtor poderá realizar para a divulgação do produto.

Diferentemente do Instagram, no Facebook, podem ser publicado textos grandes sobre o produto ou serviço, criação de grupos referentes ao negócio em específico e outras opções.

Ademais as duas redes permitem a criação de anúncios para impulsionar a venda diretamente para seu público alvo. Todas essas opções podem ser encontradas e podem auxiliar o produtor nas vendas, divulgação, promoções e etc.

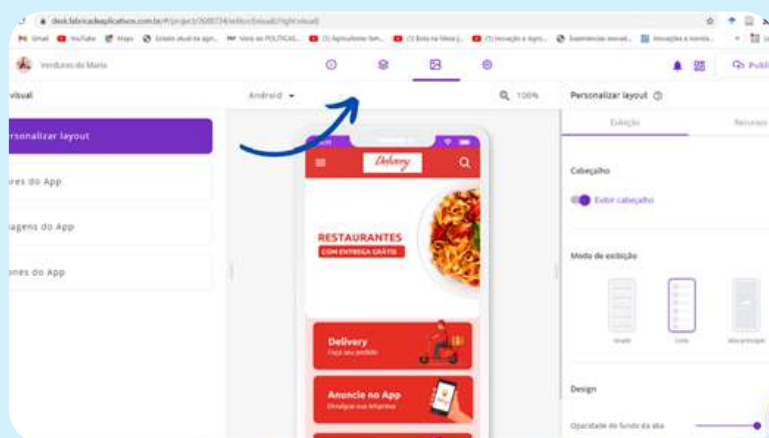
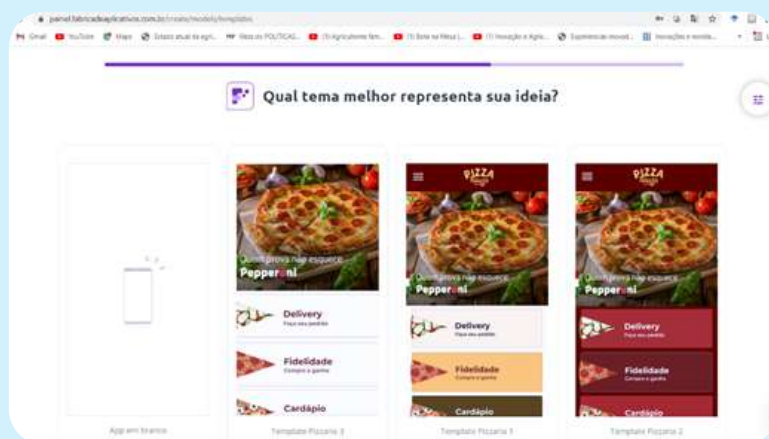
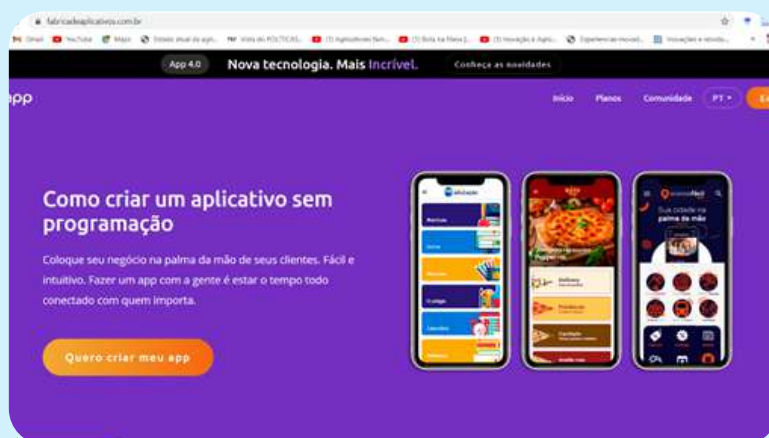
CRIAÇÃO DE CONTEÚDO

Após a criação de contas no Instagram e Facebook, emerge a dúvida do que publicar e como fazer um design que chame a atenção dos consumidores. Nesse caso, o produtor poderá utilizar diversos sites de edição de conteúdos online que possibilitam esse feito. Um dos conhecidos é o Canva, que é uma plataforma de design gráfico que permite a **criação de conteúdos** de diversos tipos, como apresentações, infográficos, pôsteres, vídeos e outros conteúdos visuais, de uma forma fácil e rápida. O produtor poderá criar postagens de divulgação de seus produtos, mensagens de conscientização, sua própria logotipo ou muita coisa que desejar por meio dessa plataforma.



CRIAÇÃO DE APLICATIVO DE VENDA

Existem várias plataformas na internet que possibilitam o usuário criar **aplicativos de venda e delivery** de uma forma simples e intuitiva. Um desses exemplos é o Fábrica de Aplicativos, que pode ser criado do zero e personalizado da maneira com que o negócio precisa.



CRIAÇÃO DE SITES INSTITUCIONAIS E DE VENDA

Existem vários sites gratuitos na internet que permitem o usuário criar **sites próprios** para demonstrar sobre o negócio ou até mesmo vender os produtos e serviços. Um desses exemplos é Wix, que pode ser criado do zero e personalizado da maneira com que o negócio precisa. O produtor pode navegar entre as abas, escolher o template e personalizar e colocar preços e fotos dos produtos ou serviços que serão disponibilizados. Criar um design nesses estilos de sites são fáceis e intuitivos, permitindo ao usuário uma experiência tranquila na divulgação de sua marca.





4.2

**CARTAZES QUE PODEM SER
IMPRESSOS PARA COOPERATIVAS,
ASSOCIAÇÕES E ATR'S**

CARTAZES QUE PODEM SER IMPRESSOS PARA COOPERATIVAS, ASSOCIAÇÕES E ATR'S

AGROINDUSTRIALIZAÇÃO

Criando novos horizontes para a agricultura familiar.



CONCEITO

Agroindustrialização é a produção de diversos bens a partir de produtos in natura.

BENEFÍCIOS

É uma forma de estratégia para agregar valor aos produtos do pequeno agricultor, melhorando renda e qualidade de vida.



EXEMPLOS

Podem produzir laticínios, embutidos, compotas, doces, conservas de legumes, licores / vinhos, biscoitos, roscas, massas, entre outros.



CARTAZES QUE PODEM SER IMPRESSOS PARA COOPERATIVAS, ASSOCIAÇÕES E ATR'S



AGROTURISMO

CRIANDO NOVOS HORIZONTES PARA A AGRICULTURA FAMILIAR.



CONHECENDO O AGROTURISMO

O Agroturismo é um conjunto de atividades turísticas, desenvolvidas no meio rural, comprometidas com a produção agrícola, agregando valor aos produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade.

TURISMO NO CAMPO

Pode ser um complemento a atividade rural

Preserva as tradições do trabalho de campo.

Opção para aumentar a renda dos pequenos produtores



CARTAZES QUE PODEM SER IMPRESSOS PARA COOPERATIVAS, ASSOCIAÇÕES E ATR'S

AGROEVENTOS

CRIANDO NOVOS HORIZONTES PARA A AGRICULTURA FAMILIAR.



O QUE SÃO AGROEVENTOS?

São eventos que promovem o conhecimento e facilitam o acesso às novas tendências e tecnologias de ponta, geralmente no caso de grandes feiras.

Para a agricultura familiar, a ideia do agroevento é usar a pequena propriedade rural como atividade para quem está longe do campo.

CONTATO COM O CAMPO

GERANDO UMA NOVA FONTE DE RENDA



CARTAZES QUE PODEM SER IMPRESSOS PARA COOPERATIVAS, ASSOCIAÇÕES E ATR'S

TRILHAS PARA A INOVAÇÃO

Sugestões para auxiliar o produtor familiar no aperfeiçoamento do seu negócio.

01

Inovação na Gestão

A tecnologia oferece algumas ferramentas para organizar a Gestão do negócio, como o uso de planilhas para gerenciar a produção.



02

Inovação na Produção

Inovar na Produção vai desde implementação de novos equipamentos, até a modificação do modelo de gestão e organização do trabalho.



03

Inovação na Marketing

O marketing é a peça chave para se conectar ao cliente. Desse modo, a utilização das mídias sociais e a criação de sites de venda pode auxiliar no aumento das vendas



CARTAZES QUE PODEM SER IMPRESSOS PARA COOPERATIVAS, ASSOCIAÇÕES E ATR'S



TRILHAS PARA A INOVAÇÃO

SUGESTÕES PARA AUXILIAR O PRODUTOR FAMILIAR NO APERFEIÇOAMENTO DO SEU NEGÓCIO.



INOVAÇÃO NA GESTÃO

Na Gestão é importante entender o mercado em que atua e as necessidades dos clientes, para que consiga definir estratégias para ampliar as vendas.

Além de precisar organizar toda a cadeia de produção, gerenciando a compra ou aluguel de equipamentos, estoque, quantidade produzida e quantidade comercializada.

IDEIAS PARA A INOVAÇÃO

Planilhas de organização de produção e estoque.

Estabelecer uma estratégia de vendas

Realizar testes de implementação de novas ideias



CARTAZES QUE PODEM SER IMPRESSOS PARA COOPERATIVAS, ASSOCIAÇÕES E ATR'S



TRILHAS PARA A INOVAÇÃO

SUGESTÕES PARA AUXILIAR O PRODUTOR FAMILIAR NO APERFEIÇOAMENTO DO SEU NEGÓCIO.



INOVAÇÃO NA PRODUÇÃO

A produção é uma atividade que realiza a transformação da matéria-prima no produto final desejado, necessitando de um acompanhamento constante dos produtores. Dessa forma, utilizar ferramentas de inovação podem auxiliar no monitoramento e melhoria da produção, facilitando a rotina do produtor.

IDEIAS PARA A INOVAÇÃO

Utilizar aplicativos que auxiliam no controle da produção

Alugar equipamentos agrícolas

Se necessário, modificar o modelo de produção.



CARTAZES QUE PODEM SER IMPRESSOS PARA COOPERATIVAS, ASSOCIAÇÕES E ATR'S



TRILHAS PARA A INOVAÇÃO

SUGESTÕES PARA AUXILIAR O PRODUTOR FAMILIAR NO APERFEIÇOAMENTO DO SEU NEGÓCIO.



INOVAÇÃO NO MARKETING

Um dos trabalhos do marketing é conhecer os clientes e encontrar formas de atender suas necessidades. Para isso é preciso definir o produto que será comercializado, o preço cobrado, o local de venda e a forma como o negócio será divulgado. A inovação pode auxiliar no aumento das vendas, pois ao usar mídias sociais para divulgar e websites para vendas, é possível alcançar um número maior de clientes.

IDEIAS PARA A INOVAÇÃO

Divulgação do negócio por mídias sociais

Vendas através de sites e aplicativos de conversa.

Definir o produto de comercialização, local de venda e público alvo





4.3

DOCUMENTOS DE APOIO

DOCUMENTOS DE APOIO



Livro: Diálogos para o direito e cidadania no campo.

Pode ser encontrado em:



Programa de Tv: Taste Hunters - Les Explorateurs du Goût

Taste Hunters é uma aventura com os chefs Benjamin Darnaud e Jérôme Bigot para descobrir o verdadeiro sabor da comida na agricultura familiar pelo mundo, envolvendo inovação, agricultura orgânica e sustentável.

Pode ser encontrado em: https://www.facebook.com/tastehunters.org/?ref=page_internal e <https://www.france.tv/france-5/taste-hunters-les-explorateurs-du-gout/>

Canal no Youtube: Farmers Friend

Esse canal se dedica a equipar, educar e inspirar os produtores a mudar o mundo por meio da agricultura regenerativa. O objetivo da empresa é continuar a desenvolver ferramentas e suprimentos que tornem as pequenas propriedades do século 21 mais eficientes e lucrativas.

Pode ser encontrado em: <https://www.youtube.com/channel/UC3WNMbluZ33z-mTgOwG2JSg> e <https://www.farmersfriend.com/>

