



ESCOLA DE ENSINO MÉDIO E TÉCNICO SENAC SANTA CRUZ

AGROINDÚSTRIAS ALIADAS A TECNOLOGIA

Eduardo José Faust

Projeto de Formação Profissional

Orientadora Professora Nêmora Francine Backes

Santa Cruz do Sul, 30 de novembro de 2024.

1. TEMA

Agroindústrias aliadas a tecnologia.

2. PROBLEMA

Como podemos comercializar e colocar os produtos das agroindústrias no mercado digital?

3. JUSTIFICATIVA

O avanço tecnológico tem tido grande impacto na agricultura brasileira, entretanto a realidade é que maior parte dessas inovações tem alcançado os grandes produtores, mas a agricultura familiar ainda dá passos lentos. Por isso, é de vital importância que a tecnologia entre na rotina dos pequenos produtores para que seja possível o seu avanço perante as novas necessidades do mercado. Estar presente no ambiente digital é essencial, pois oferece aos pequenos produtores acesso a ferramentas modernas de gestão, mercados mais amplos para seus produtos e a possibilidade de se manterem atualizados com as melhores práticas agrícolas.

Além disso, as recentes catástrofes ocorridas no RS e no mundo em um todo, como secas extremas e enchentes devastadoras, têm mostrado que a tecnologia pode ser uma aliada crucial na mitigação de riscos e na adaptação às mudanças climáticas.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo Geral

Capacitar agroindústrias para adentrar no mercado digital de forma eficaz, promovendo visibilidade e vendas por meio da criação de redes sociais, logotipos e catálogos de produtos, solucionando o problema de como comercializar produtos agroindustriais online.

4.2 Objetivos específicos

Este projeto de pesquisa tem como objetivos específicos:

- Criar redes sociais para as agroindústrias;
- Criar logotipos para que as agroindústrias consigam ter uma melhor visibilidade;
- Criar um catálogo de produtos onde conste preços e imagens dos produtos;

5. REFERENCIAL TEÓRICO

5.1 Introdução

A tecnologia está se tornando cada vez mais importante na sociedade atual, afetando todos os aspectos de nossas vidas, desde a forma como nos comunicamos, jogamos e trabalhamos, até a forma como reunimos informações e tomamos decisões. Torna o trabalho mais fácil, veloz e eficiente. Ele permite que as pessoas se comuniquem e acessem informações e serviços instantaneamente de qualquer lugar do mundo. A tecnologia também é importante para os avanços médicos. Desempenha um papel importante no desenvolvimento econômico e social. e é uma força motriz na educação. No entanto, o excesso de confiança na tecnologia pode levar a problemas e desafios, como isolamento social, vício em tecnologia e preocupações com segurança cibernética e privacidade. Encontrar um bom equilíbrio entre o uso da tecnologia e a manutenção das relações humanas é importante.

5.2 Tecnologia em agroindústrias

A tecnologia tem um papel fundamental na modernização e no desenvolvimento da agroindústria. A tecnologia pode ser utilizada em várias etapas do processo de produção, desde o plantio até a comercialização dos produtos. A tecnologia pode melhorar a qualidade dos produtos, aumentar a produtividade e reduzir os custos de produção.

A implementação de sistemas de gestão agrícola, por exemplo, permite o monitoramento em tempo real das condições do solo, clima e saúde das plantas. Esses sistemas utilizam sensores e dispositivos IoT (Internet das Coisas) para coletar dados precisos e detalhados. Além disso, a automação de tarefas agrícolas, através de máquinas e equipamentos avançados, reduz a necessidade de trabalho manual, aumentando a eficiência e a consistência das operações agrícolas.

Outra área é a tecnologia de rastreamento, que estão sendo incorporadas para garantir a transparência e a segurança alimentar. Estas tecnologias permitem o rastreamento de produtos desde a agroindústria até o consumidor final, assegurando que cada etapa do processo esteja em conformidade com padrões de qualidade e segurança.

5.3 Benefícios da utilização de tecnologia em agroindústrias e sua evolução

A inserção da tecnologia nas agroindústrias representa um marco significativo no setor agrícola, proporcionando uma transformação substancial nas práticas e resultados obtidos. Ao longo dos anos, a evolução tecnológica tem permitido avanços notáveis, promovendo inovações que não apenas otimizam a produtividade, mas também garantem a qualidade e sustentabilidade dos processos. É fundamental compreender os benefícios específicos que essas tecnologias trazem, desde o aumento da eficiência na produção até a melhoria da gestão da cadeia produtiva, consolidando uma abordagem mais moderna e eficaz na agricultura. A seguir, segue os principais benefícios da utilização de tecnologia em agroindústrias:

- Aumento da produtividade a utilização de tecnologias como drones, sensores e sistemas de irrigação inteligente podem aumentar a eficiência na produção agrícola, aumentando a produtividade e reduzindo custos de produção.
- Melhoria da qualidade dos produtos a tecnologia pode ajudar a garantir a qualidade dos produtos agrícolas, através do monitoramento e controle de condições como temperatura, umidade e pH.
- Redução de desperdícios tecnologias como a automação de processos de colheita e armazenamento de alimentos podem reduzir o desperdício de alimentos, aumentando a eficiência do processo e garantindo a qualidade do produto.
- Melhoria na gestão da cadeia produtiva a tecnologia pode ajudar na gestão da cadeia produtiva, desde a produção até a distribuição dos produtos, aumentando a eficiência e a transparência do processo.
- Maior sustentabilidade a utilização de tecnologias sustentáveis como sistemas de produção orgânica, energia renovável e sistemas de irrigação eficientes pode ajudar a reduzir o impacto

5.4 Estratégia de marketing para venda de produtos agrícolas

O marketing digital desempenha um papel essencial na promoção e venda de produtos agrícolas, ampliando o alcance e a eficiência das operações. Plataformas

como Facebook e Instagram são ferramentas poderosas, permitindo a criação de campanhas segmentadas e anúncios patrocinados que atingem um público vasto e diversificado. A capacidade de compartilhar fotos e vídeos de alta qualidade no Instagram ajuda a destacar a excelência dos produtos, enquanto o Facebook facilita a interação direta com os consumidores.

Os aplicativos de entrega, como iFood, AiqFome e outros, têm se tornado ferramentas valiosas para a comercialização de produtos agrícolas diretamente ao consumidor final. Esses aplicativos simplificam a logística de entrega, oferecendo uma plataforma eficiente e acessível para que os agricultores possam vender seus produtos frescos e de alta qualidade diretamente aos clientes, eliminando a necessidade de intermediários.

6. METODOLOGIA

O primeiro passo da metodologia é a pesquisa e o planejamento. Realizei uma pesquisa detalhada sobre as agroindústrias que serão o foco deste projeto, contendo as seguintes perguntas: Nome completo dos proprietários? Qual o nome da agroindústria? A agroindústria tem logo? Quais produtos a agroindústria produz? Quais são os mercados em que atuam? Como fazem a divulgação dos produtos? Usam redes sociais, anúncios, ou outros meios? Como a tecnologia é utilizada atualmente na produção e comercialização dos produtos? Quais os desafios que enfrentam para entrar no mercado digital? Qual a opinião de vocês sobre venda digital de produtos na internet? Qual a importância sobre a criação de aplicativos ou plataformas digitais para facilitar a venda direta ao consumidor final. Coletando informações sobre os produtos que produzem, os mercados em que atuam e os desafios que enfrentam para entrar no mercado digital.

O próximo passo foi criação de logotipos. Criei logotipos para as agroindústrias melhorarem sua visibilidade e reconhecimento de sua marca. Os logotipos foram projetados levando em consideração a identidade da marca, os produtos que produzem e o mercado-alvo.

Em seguida, desenvolvi redes sociais para as agroindústrias. Isso incluiu a criação de perfis em plataformas populares como Facebook e Instagram, a publicação regular de conteúdo relevante irá atrair e engajar o público-alvo.

Depois disso, criei catálogos de produtos detalhados para as agroindústrias. Os catálogos incluirão informações como descrições de produtos, preços e imagens de alta qualidade. Os catálogos serão projetados de forma atraente e fácil de navegar para facilitar a experiência de compra dos clientes.

Espero, ao seguir está metodologia, seja possível capacitar efetivamente as agroindústrias para entrar no mercado digital, aumentando sua visibilidade e vendas.

7. RESULTADOS E DISCUSSÕES

As entrevistas realizadas com cinco agroindústrias da região forneceram respostas valiosas sobre a implementação de tecnologias e estratégias de marketing digital. A seguir, são apresentados os resultados e discussões baseados nas respostas obtidas:

A **DORF Produtos Lácteos Artesanais**, de propriedade de Jackson e Davi, destacou a importância de um logo bem desenvolvido para a visibilidade da agroindústria. Eles produzem treze tipos de queijo e vendem 60% de seus produtos em feiras, 30% em lojas físicas e 10% para merenda escolar. A divulgação é feita principalmente através do Instagram, Facebook e loja virtual, com a tecnologia presente em quase todos os processos de produção, exceto na enformagem das massas. Eles não enfrentam muitas dificuldades para trabalhar com o mercado digital, desde que utilizem ferramentas de baixo custo. A venda digital é vista como uma oportunidade interessante, mas requer alguém dedicado para gerenciar as redes sociais.

A **Agroindústria KOCH**, de propriedade de Tania, produz melado, geleias caseiras, schmier colonial, açúcar mascavo, amendoim torrado, rapadura, pé de moleque, conservas e mel de uma empresa terceirizado. Eles atuam em diversos estados brasileiros e utilizam redes sociais para divulgação, além de participar de feiras. A cada ano, buscam novas tecnologias para acompanhar o ritmo do mercado. No entanto, enfrentam desafios como a carência e o alto custo de fretes. Apesar de já possuírem uma plataforma digital, o retorno é limitado devido aos custos elevados de frete.

A **Agroindústria Produtos Liane**, de propriedade de Liane, produz rapadura, melado, schmier colonial, cri-cri, amendoim salgado, pasta de amendoim e açúcar mascavo. Eles vendem principalmente em feiras de agricultura familiar e lojas

parceiras no RS. A divulgação é feita através de feiras, Facebook e Instagram. A tecnologia é utilizada principalmente na comercialização e divulgação, enquanto a produção permanece manual. A produção artesanal limita a capacidade de venda através de plataformas digitais, mas reconhecem a importância dessas ferramentas para facilitar a venda ao consumidor final.

A **Agroindústria Schubert e Henn**, de propriedade de Gladis, Dais e Sérgio Schubert, produz melado, rapadura, açúcar mascavo e schmier colonial. Eles vendem para programas como Pnae e Paa, diretamente ao consumidor final, exércitos e mercados locais. A divulgação é feita através de redes sociais, boca a boca e patrocínios. A tecnologia é integrada em todos os processos, desde a moagem da cana até a etiquetagem final. No entanto, a alta demanda de produção limita o tempo disponível para manter as redes sociais atualizadas. A venda digital é vista como benéfica, mas enfrenta desafios como a falta de tempo e os custos elevados de entrega via motoboy.

A **Agroindústria Palmajo**, de propriedade de Mariza, Paulo e Mozart, produz bolacha, pão e cuca. Eles vendem principalmente para merenda escolar nos municípios de Rio Pardo e Santa Cruz do Sul. A divulgação é feita boca a boca, sem o uso de redes sociais ou meios tecnológicos. A falta de tempo, devido à saída dos filhos que ajudavam na produção, limita a participação em feiras e a adoção de tecnologias digitais.

Com base nas respostas obtidas, podemos assim entender o quanto importante é para uma agroindústria ter um logotipo, catálogo de seus produtos e uma rede social com conteúdos atualizados, com isso desenvolvendo esses passos para uma agroindústria que sofria com a ausência dos tópicos comentados:

Logotipo:



Catálogo de produtos:

CATÁLOGO DE PRODUTOS
AGROINDÚSTRIA FAMILIAR COOPERAGRO
PRODUTOS 100% ARTESANAIIS

Rede social:



8. CONSIDERAÇÕES FINAIS OU CONCLUSÃO

A implementação de tecnologias digitais nas agroindústrias mostrou-se uma estratégia eficaz para aumentar a visibilidade, melhorar a gestão e expandir o mercado de produtos agrícolas. Este projeto teve como objetivo capacitar agroindústrias para adentrar no mercado digital de forma eficaz, promovendo visibilidade e vendas por meio da criação de redes sociais, logotipos e catálogos de produtos.

As entrevistas realizadas com cinco agroindústrias revelaram que a maioria já utiliza alguma forma de tecnologia, seja na produção ou na comercialização dos

produtos. A **DORF Produtos Lácteos Artesanais**, por exemplo, destacou a importância de um logo bem desenvolvido e a utilização intensa do Instagram para publicidade e vendas. A **Agroindústria KOCH** e a **Agroindústria Produtos Liane** também utilizam redes sociais para divulgação, embora enfrentem desafios como o alto custo de fretes e a produção artesanal limitada.

Os resultados indicam que a presença digital permitiu que as agroindústrias alcançassem um público mais amplo e diversificado. A criação de uma identidade visual consistente através dos logotipos ajudou a fortalecer a marca e a criar uma conexão mais forte com os consumidores. Além disso, a disponibilização de catálogos de produtos com informações claras e visuais atrativos contribuiu para a tomada de decisão dos consumidores, aumentando a confiança e a satisfação com as compras realizadas.

No entanto, a transição para o mercado digital não está isenta de desafios. A **Agroindústria Schubert e Henn** mencionou a falta de tempo para manter as redes sociais atualizadas devido à alta demanda de produção, enquanto a **Agroindústria Palmajo** destacou a falta de tempo e recursos humanos para participar de feiras e adotar tecnologias digitais.

Apesar desses desafios, as opiniões sobre a venda digital foram geralmente positivas. A maioria das agroindústrias reconheceu a importância das plataformas digitais para facilitar a venda direta ao consumidor final. A venda digital é vista como uma oportunidade promissora, mas requer investimentos em infraestrutura e capacitação. A criação de aplicativos e plataformas digitais pode facilitar significativamente o processo de venda, mas é necessário abordar os desafios logísticos e de gestão para maximizar os benefícios.

Em conclusão, a inserção de tecnologias digitais nas agroindústrias representa um passo significativo para a modernização e o desenvolvimento do setor agrícola. Este projeto demonstrou que, com a capacitação adequada e o suporte contínuo, as agroindústrias podem aproveitar ao máximo as ferramentas digitais disponíveis, aumentando sua visibilidade e vendas no mercado digital. A continuidade deste trabalho é essencial para garantir que as agroindústrias possam se adaptar às novas demandas do mercado e alcançar um crescimento sustentável.

REFERÊNCIAS

EMBRAPA. Artigo: A tecnologia na agricultura. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/30015917/artigo-a-tecnologia-na-agricultura>. Acesso em: 04 nov. 2024.

DELL TECHNOLOGIES. A importância da tecnologia no agronegócio brasileiro. G1, 21 jul. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/especial-publicitario/dell-tecnologia-no-campo/noticia/2021/07/21/a-importancia-da-tecnologia-no-agronegocio-brasileiro.ghtml>. Acesso em: 04 nov. 2024.

EMBRAPA. Pesquisa mostra o retrato da agricultura digital brasileira. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/54770717/pesquisa-mostra-o-retrato-da-agricultura-digital-brasileira>. Acesso em: 04 nov. 2024.

SIAGRI. Tecnologia no agronegócio: entenda o impacto e a importância. Disponível em: <https://www.siagri.com.br/tecnologia-no-agronegocio/>. Acesso em: 04 nov. 2024.

CNN BRASIL. Novas tecnologias: tendências que estão mudando o mundo. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/novas-tecnologias/>. Acesso em: 04 nov. 2024.