

Agronomia

A PERSPECTIVA DE CONSTRUÇÃO DE MERCADOS PARA ANÁLISE DA DISSEMINAÇÃO DA AGRICULTURA DIGITAL NO BRASIL

Cristiane Aparecida Rodrigues - Cristiane Aparecida Rodrigues - 8º módulo de Agronomia, UFLA, Bolsista FAPEMIG

Daniel Leite Mesquita - Daniel Leite Mesquita - Professor substituto do Departamento de Administração e Economia, UFLA – Coorientador.

Gustavo Nunes Maciel - Gustavo Nunes Maciel - Professor substituto do Departamento de Administração e Economia, UFLA.

Caroline Mendonça Nogueira Paiva - Caroline Mendonça Nogueira Paiva - Pós-doutoranda do Departamento de Administração e Economia, UFLA.

Vitor Brando - Vitor Brando - Graduado em Agronomia, UFLA

Paulo Henrique Montagnana Vicente Leme - Paulo Henrique Montagnana Vicente Leme - Professor do Departamento de Administração e Economia, UFLA – Orientador. - Orientador(a)

Resumo

A prática agrícola e conseqüentemente, o agronegócio contemporâneo, passam por expressivas transformações a partir da inserção de recursos tecnológicos digitais visando atender a demanda crescente pela produção de alimentos com eficiência e sustentabilidade. No contexto brasileiro, essas transformações são especialmente significativas devido à diversidade dos contextos rurais e ao papel crucial do país como produtor e exportador de alimentos. A partir desse contexto, este estudo tem como objetivo compreender o cenário da agricultura brasileira sob uma ótica construtivista de mercado tendo como cerne a percepção de inovações por diferentes atores do agronegócio. De natureza qualitativa e exploratória, este trabalho buscou identificar as limitações e possibilidades da adoção da agricultura digital no Brasil a partir de pesquisas em bases secundárias e da visão de diferentes atores que integram o agronegócio brasileiro. Desta forma, utilizou-se a triangulação dos métodos de pesquisa documental, além de entrevistas em profundidade com profissionais do setor. Na análise documental, foram identificados relatórios, artigos técnicos e reportagens que tratam da digitalização da agricultura no Brasil. Deste modo, a partir da percepção de diferentes atores do agronegócio brasileiro, buscou-se caracterizar a disseminação da agricultura digital como um processo de inovações interativo, ou seja, ancorado nas relações entre diferentes atores do setor agrícola e outros setores da economia, como o da produção de tecnologias digitais. A pesquisa mostrou que a cooperação entre vários atores impulsiona o agronegócio brasileiro, principalmente na transição para a agricultura digital, o que gera um impacto na regulação e inovação do setor. Os produtores rurais enfrentam barreiras culturais, geográficas, econômicas e sociais ao adotar as tecnologias digitais no agronegócio. A principal limitação do estudo foi a quantidade reduzida de entrevistas, o que dificultou a identificação de novas relações mercadológicas e impediu que as Agtechs fossem discutidas. Sendo iminente a necessidade de investigações adicionais para uma compreensão mais abrangente do cenário.

Palavras-Chave: agronegócio, inovação, mercados híbridos.

Instituição de Fomento: FAPEMIG, UFLA, CAPES, CNPq, FAPESP, AGRITECH UFLA

Link do pitch: <https://youtu.be/KfHf6yI2ZBI?feature=shared>