

DESENVOLVIMENTO DE TECNOLOGIAS PARA A AGREGAÇÃO DE VALOR DE PRODUTOS APLICADO NO ASSENTAMENTO ITAMARATI

Área Temática: TECNOLOGIA E PRODUÇÃO

Coordenador: Dr. Luan Carlos Silva Santos¹

Autor: Luiz Gustavo Cordeiro²

Resumo

O trabalho apresentado, evidencia uma ação que visa o desenvolvimento de novos métodos e tecnologias para a produção, manufatura e agregação de valor aos produtos produzidos por moradores do Assentamento Itamarati, maior assentamento da América Latina possuindo cerca de 50 mil hectares de extensão territorial, localizado nos entornos do município de Ponta Porã, faixa de fronteira entre Brasil e Paraguai, no estado do Mato Grosso do Sul, que foi fundado em 2002 e abriga cerca de 15 mil pessoas, possuindo sua área dividida entre quatro subáreas, cada uma destinada a um movimento social diferente. A ação está sendo desenvolvida juntamente a disciplina de Empreendedorismo e Inovação, do Curso de Administração da Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD) e com o apoio da Incubadora de empresas de base tecnológica da UFGD (GDTec) e surge como um meio de atendimento a um dos objetivos do projeto de desenvolvimento rural proposto pela Dr. Rosilda Mara Mussury Franco Silva, em parceria com a Pró-Reitoria de Extensão e Cultura (PROEX). Para atingir os desenvolvimentos dos projetos de tecnologias, se segmentando cada grupo para um dos tipos de produtos cultivados dentro do Assentamento. A metodologia aplicada para o desenvolvimento dos projetos é a do "Design Thinking", que desenvolve as ideias desde suas fases iniciais de pré-concepção até a aplicação prática de maneira estruturada, não linear e fomentando em diversos momentos a interação entre a equipe de desenvolvimento objetivos propostos, os acadêmicos se dividiram em grupos e estão realizando o e o público alvo. Com a ação os acadêmicos estão conhecendo o contexto dos abrigados no assentamento e buscando melhoria para a qualidade de vida dos mesmos.

Palavras-chave: Inovação, sustentabilidade, empreendedorismo.

¹ Doutor, Docente da FACE – Faculdade de Administração, ciências contábeis e economia, UFGD - Universidade Federal da Grande Dourados. E-mail: LuanCarlos@ufgd.edu.br.

² Acadêmico do curso de Administração / FACE – Faculdade de Administração, ciências contábeis e economia, UFGD - Universidade Federal da Grande Dourados.

Introdução

A ação com parceria da GDTec, dentro da disciplina de “Empreendedorismo e Inovação”, disciplina da grade curricular padrão ao terceiro semestre do curso de Administração da Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia (FACE) da Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD), teve o início 19/03/2018, está em desenvolvimento e será concluída em 16/07/2018. A ação é uma parceria com o projeto intitulado “Centro de desenvolvimento Rural do Itamarati: Rede de Soluções sustentáveis”, coordenado pela professora Dr. Rosilda Mara Mussury Franco Silva, em parceria com a Pró-Reitoria de Extensão e Cultura (PROEX) da Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD), atrelado ao programa UFGD-Sustentável e a Incubadora de empresas de base tecnológica da UFGD (GDTec) buscando o desenvolvimento local dos moradores do Centro de Desenvolvimento Rural do Assentamento Itamarati, que está localizado no município de Ponta Porã / MS.

O objetivo é auxiliar a comunidade local com a comercialização de seus produtos a preços compensadores, compreendendo seus modelos de negócios, auxiliando-os com o desenvolvimento de novos, usando do espaço de aprendizagem e desenvolvimento científico para auxiliar diretamente a sociedade, impactando a comunidade do Assentamento Itamarati positivamente, enquanto desenvolvem seus conhecimentos, utilizando os métodos de “*Design Thinking*” proposto por Vianna *et. al.* (2012) para levar suas ideias a prática. Sendo assim a ação pode se categorizar como ensino, pesquisa e extensão.

Dentro das ações do Governo Federal, foram implementadas culturas para subsistência e venda do excedente dos produtos, porém a comercialização a preços compensadores é um problema real, além da desorganização da cadeia produtiva.

A ação se enquadra no eixo segundo dos objetivos da proposta realizada pela professora Dr. Rosilda Mara Mussury Franco Silva, que diz respeito a “empreendedorismo social”, de acordo com o objetivo segundo, “Tecnologias Sociais e Sustentáveis”

Os acadêmicos foram divididos em grupos para que possam desenvolver as atividades de acordo com a metodologia proposta, tendo em vista o objetivo da ação. Além de um extencionista ligado a GDTec, com o objetivo de auxiliar os grupos com o desenvolvimento dos projetos que buscam a agregação de valor para os produtos cultivados no Assentamento.

O Assentamento Itamarati foi criado em 2002, possui cerca de 15 mil pessoas abrigadas e é o maior assentamento da América Latina. Ele está localizado na faixa de fronteira do arco central com o Paraguai no município de Ponta Porã no estado do Mato Grosso do Sul. O Assentamento é dividido em quatro subáreas, sendo cada uma destinada a movimentos sociais diferentes.

Desenvolvimento

O conceito de agregação de valor segundo Lazzarini e Machado Filho (1997), está ligado a “descomoditização” dos produtos produzidos, buscando uma diferenciação do mesmo através de um processo de manufatura que o transforme, fazendo com que ele deixe de ser um simples commodity, podendo assim, de acordo com os custos e margem de lucro, tomar a decisão sobre o preço que deseja vender aquele produto. De Chartony (2000) adiciona que diz que obter vantagem competitiva e buscar o sucesso comercial através da diferenciação das marcas que deixam de ser um commodity é o papel tradicional do conceito de “agregação de valor”. Imlau e Gasparetto (2014) concluem “Nos conceitos de adição de valor aos produtos, relata-se o processo de manufatura, quando matérias-primas ou outros materiais avançam por intermédio de um processo produtivo, acumulando o valor agregado.”

Através desses conceitos básicos de “agregação de valor”, os acadêmicos da disciplina de “Empreendedorismo e Inovação” do Curso de Administração, UFGD – FACE, estão utilizando dos métodos de “*Design Thinking*”, segundo o modelo de VIANNA et. al. (2012), para desenvolverem novos métodos inovadores para os empreendedores rurais transformarem seus produtos através de uma manufatura simples, e entreguem um produto final novo. Os acadêmicos foram divididos em grupos compostos por 4 ou 5 alunos, totalizando 42 acadêmicos, além de um extencionista ligado a GDTEC, com o objetivo de desenvolver métodos de agregação de valor para os produtos a seguir: tomate, mandioca para mesa, mandioca para indústria, milho verde, peixe, leite, mel, mamão e olerícolas

O método “*Design Thinking*”, é um modelo de desenvolvimento de produtos e inovações com o foco no design das coisas e nos impactos gerados aos usuários, podendo ser nos vieses estéticos, cognitivos, emocionais e tudo mais o que pode afetar o bem-estar do usuário final. Essa metodologia busca que a equipe de desenvolvimento saia da sua zona de conforto para entender o seu cliente alvo, compreendendo o que ele pensa, vive e sente. Podendo assim gerar uma empatia que juntamente com a criatividade de uma equipe multidisciplinar, cria produtos e

processos inovadores e eficientes para resolver os problemas do dia a dia do público-alvo. (VIANNA et. al. 2012; BROWN, 2010).

As ferramentas de “*Design Thinking*”, propostas por Vianna et. al. (2012), apesar de não necessariamente serem lineares, tem seus processos divididos em três níveis, baseadas nas habilidades de desenvolver ideias com significados tanto funcional quanto emocional através do reconhecimento de padrões utilizando da habilidade de intuição do ser humano.

Imersão, este nível está dividido em duas sub-etapas, “imersão preliminar”, que propõe ao aplicante da metodologia buscar um melhor conhecimento da área em que busca realizar seu desenvolvimento, para tal são usadas três ferramentas, sendo elas o “reenquadramento”, a “pesquisa exploratória” e a “pesquisa de *desk*”, e “imersão em profundidade”, sub-etapa em que questiona o quesito humano dentro do que se pretende desenvolver, buscando uma aproximação do público alvo aplicando ferramentas como “entrevistas”, “cadernos de sensibilização”, “sessões generativas” e passar um dia acompanhando-os, fazendo o que eles fazem, para obter seus insights sobre problemas e possíveis soluções. Após a finalização das etapas desse nível, deve-se aplicar ferramentas de análise e síntese de dados.

“Ideação”, nesse nível são aplicadas ferramentas que desenvolvam as ideias, estimulando sua criatividade e criando interações com outros atores importantes para o desenvolvimento do seu projeto, como potenciais clientes, especialistas, professores, enfim, todos que possam gerar conhecimento acerca do escopo de seu empreendimento. As ferramentas aplicadas são o “*brainstorming*”, também conhecido como “chuva de ideias”, ferramenta que permite aos aplicadores compartilhar suas ideias entre si, o “*workshop* de cocriação”, onde outros atores importantes de fora do grupo de desenvolvimento, que coerentemente entende do tema proposto, participa mostrando seus insights sobre o que está proposto até então, e a “matriz de posicionamento”, ferramenta em que se deve estruturar as ideias de acordo com os critérios norteadores do projeto e fazendo sentido com a problemática que se propõe a resolver.

O último nível é a prototipação onde tudo que foi visto deve entrar em prática, tornando-se tangível todas as ideias e insights. Existem diversas formas de prototipação, desde as mais básicas apenas para que haja uma noção de como será o produto ou serviço na prática, até as já funcionais que necessitam apenas de algumas melhorias para ser lançado verdadeiramente no mercado. O método propõe

os seguintes modelos, “Protótipo em papel”, que são apenas representações gráficas das funcionalidades do projeto em si, “Modelo de volume”, quando o projeto deve se tornar algo tangível, pode variar em níveis de fidelidade a proposta de produto final, de acordo com o desenvolvimento, “Encenação”, segundo Vianna et al. (2012) “é uma simulação improvisada de uma situação”, permitindo assim a interação com o cliente potencial para compreender o contexto de aplicabilidade de seu projeto, “*Storyboard*”, é uma representação gráfica em forma de história de uma possível situação de uso do produto ou serviço desenvolvido, podendo ser visualizado o encadeamento dos fatos desde do problema inicial até a solução inovadora, e por fim, “Protótipo de serviços”, similar com a encenação, o protótipo de serviços necessita de uma apresentação dos serviços a serem realizados envolvendo os possíveis clientes. Pode ser feito tanto com uma apresentação ao vivo utilizando o apoio dos clientes ou como um vídeo institucional em diversos formatos.

Análise e Discussão

Por se tratar de uma ação que se encontra em fase inicial na confecção deste trabalho, ainda não existem grandes resultados possíveis de serem mensurados tanto qualitativa quanto quantitativamente. No entanto, nas visitas ao assentamento foram realizadas observações, entrevistas e investigações sobre o ambiente e o método de produção dos assentados, sendo assim algumas informações puderam ser levantadas. Destacando as dificuldades dos assentados em se associarem e formarem cooperativas, sendo salientado pelo produtor de mandioca para indústria que isso se deve a diferença cultural entre os produtores dos assentamentos que vieram de diversas regiões do país. Outra dificuldade levantada é que defensivos agrícolas extremamente agressivos são usados por alguns produtores de soja da região, causando um grande impacto nas propriedades ao redor de onde é aplicado, como evidenciado pelo produtor de milho verde.

A falta de legislação proibindo tais defensivos é discutida entre a comunidade e um projeto de lei está sendo desenvolvido por políticos da região para atender tal demanda.

Os acadêmicos envolvidos na ação, de acordo com seu produto proposto (tomate, mandioca para mesa, mandioca para indústria, milho verde, peixe, leite, mel, mamão e olerícolas) aplicaram as ferramentas de “*Design Thinking*” para um maior entendimento da proposta de valor do negócio e desenvolveram o modelo de negócios, baseados no método “*Business Model Canvas*” proposto por Osterwalder e

Pigneur (2011), para analisar os diversos aspectos do negócio de cada uma das cadeias produtivas estudadas.

Em um segundo momento as propostas de melhorias de processo e agregação de valor serão passadas aos produtores e então se dará continuidade ao projeto.

Considerações Finais

Todas as etapas estão sendo aplicadas para que os moradores do Assentamento Itamarati possam obter uma melhor renda e oportunidade de comercialização a um preço justo de seus produtos, melhorando assim a qualidade de vida dos abrigados. Conforme os acadêmicos desenvolvem as etapas do método proposto, eles realizam visitas ao assentamento, promovem discussões com os produtores, conhecem o dia a dia dos abrigados e se sensibilizam quanto a situação em que vivem, contextualizando seus estudos, aprimorando seus conhecimentos e podendo aplicar seus conhecimentos para um bem social.

Referências

BROWN, Tim. Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro. Elsevier, 2010.

DE CHARTONY et al. Added value: its nature, roles and sustainability. European Journal of marketing, v.34, n. 1/2, p. 39-56, 2000.

IMLAU, Jhonatan Munaretto; GASPARETTO, Valdirene. AGREGAÇÃO DE VALOR: ESTUDO EM UMA AGROINDÚSTRIA FAMILIAR DE HORTIFRUTIGRANJEIROS. PERSPECTIVA, Erechin, v. 38, n. 142, p. 91-102, jun. 2014.

LAZZARINI, S. G.; MACHADO FILHO, C. A. P. Os limites da agregação de valor: implicações estratégicas para o agribusiness. Revista Preços Agrícolas, Piracicaba, p. 15-20, abr. 1997.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. Business model generation: Inovação em Modelos de Negócios. Rio de Janeiro: Starlin Alta Editora e Consultoria Ltda, 2011.

VIANNA, M. J. et al. Design Thinking: inovação em negócios. Rio de Janeiro: MJV Press, 2012.