

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

ELIANE AVELAR DOS SANTOS MARIZ

**A IMPORTÂNCIA DA AGRITECH PARA O AGRONEGÓCIO E SUA ATUAÇÃO
NA CRIAÇÃO DE NOVAS TECNOLOGIAS PARA OS DESAFIOS LOCAIS NO
ESTADO DO MARANHÃO: Um estudo de caso da Empresa Sítio Angelim Produtos
Naturais**

São Luís
2021

ELIANE AVELAR DOS SANTOS MARIZ

**A IMPORTÂNCIA DA AGRITECH PARA O AGRONEGÓCIO E SUA ATUAÇÃO
NA CRIAÇÃO DE NOVAS TECNOLOGIAS PARA OS DESAFIOS LOCAIS NO
ESTADO DO MARANHÃO: Um estudo de caso da Empresa Sítio Angelim Produtos
Naturais**

Trabalho de conclusão de curso, na modalidade de artigo,
apresentado como requisito para obtenção do título de
Bacharel em Administração da Universidade Federal do
Maranhão - UFMA.

Orientador: Hélio Trindade de Matos

São Luís

2021

Avelar dos Santos Mariz, Eliane.

A importância da agritech para o agronegócio e sua atuação na criação de novas tecnologias para os desafios locais da agricultura no Maranhão: Um estudo de caso da Empresa Sítio Angelim Produtos Naturais/ Eliane Avelar dos Santos Mariz. – 2019.
20 f.

Orientador(a): Hélio Trindade de Matos
Monografia (Graduação) - Curso de Administração,
Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2021.

1. Agritechs. 2. Agronegócio. 3. Tecnologia. I. Trindade de Matos, Hélio. II. A importância da agritech para o agronegócio e sua atuação na criação de novas tecnologias para os desafios locais no Estado do Maranhão.

ELIANE AVELAR DOS SANTOS MARIZ

**A IMPORTÂNCIA DA AGRITECH PARA O AGRONEGÓCIO E SUA ATUAÇÃO
NA CRIAÇÃO DE NOVAS TECNOLOGIAS PARA OS DESAFIOS LOCAIS NO
ESTADO DO MARANHÃO: Um estudo de caso da Empresa Sítio Angelim Produtos
Naturais**

Trabalho de conclusão de curso, na modalidade de artigo,
apresentado como requisito para obtenção do título de
Bacharel em Administração da Universidade Federal do
Maranhão - UFMA.

Aprovado em: 27/04/2021.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Hélio Trindade de Matos

Dr. em Administração

Universidade Federal do Maranhão

Prof. João Maurício Carvalho Beserra

Me. em Administração e Controladoria

Universidade Federal do Maranhão

Prof. Tadeu Gomes Teixeira

Dr. em Ciências Sociais

Universidade Federal do Maranhão

Dedico este trabalho a meus familiares e amigos, que pacientemente estiveram comigo durante esta jornada. Obrigada!

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, acima e antes de tudo, por ter me dado forças para concluir essa jornada.

Sou grata à Universidade Federal do Maranhão e seu corpo docente, que me oportunizaram anos de aprendizado e conhecimento inestimáveis.

Ao meu orientador, pelo empenho dedicado à elaboração deste trabalho.

À minha família amada, especialmente meu esposo e filha, pelo apoio, suporte e amor incondicional.

A todos que direta ou indiretamente me ajudaram a trilhar esta caminhada.

Muito obrigada!

RESUMO

O presente artigo tem como escopo principal analisar de que forma a criação de uma agritech pode contribuir para a solução de problemas de agricultura no Estado do Maranhão, bem como analisar como esta empresa coopera para o desenvolvimento e fortalecimento do agronegócio local. Para tal mister, o presente trabalho busca analisar o cenário atual da agricultura e do agronegócio maranhense, identificando a articulação de uma agritech maranhense, bem como seus atores e recursos essenciais. A metodologia utilizada nesta pesquisa foi a abordagem do tipo qualitativa, concomitantemente, com objetivo exploratório e descritivo, por meio da qual foram realizadas extensas revisões bibliográficas e também um estudo de caso com a empresa maranhense Sítio Angelim Produtos Naturais com o intuito de analisar a sua importância para o cenário do agronegócio local, bem como conhecer as ações e estratégias para criação de novas tecnologias direcionadas às demandas e desafios da agricultura local. dados foram coletados por meio de uma entrevista semiestruturada com a CEO da Empresa e a análise dos dados foi feita através de abordagem qualitativa. O tema proposto é de atual e relevante importância, tendo em vista que, apesar de ser novidade no cenário brasileiro, a criação de agritechs encontra-se em progressiva expansão, sendo difundido de modo vertiginoso, pois as mesmas estão associadas a pesquisas e desenvolvimento de técnicas que permitem mais produtividade no mercado agro e criam novas perspectivas de negócios, impulsionando a economia brasileira através do fomento de novas tecnologias.

Palavras-chave: Agritechs; Agronegócio; Tecnologia.

ABSTRACT

The main purpose of this article is to analyze how the creation of an agritech can contribute to the solution of agricultural problems in the State of Maranhão, as well as to analyze how this company cooperates for the development and strengthening of local agribusiness. To this end, the present work seeks to analyze the current scenario of agriculture and agribusiness in Maranhão, identifying the articulation of an agritech in Maranhão, as well as its actors and essential resources. The methodology used in this research was the qualitative approach, concomitantly, with an exploratory and descriptive objective, through which extensive bibliographic reviews were carried out and also a case study with the Maranhão company Sítio Angelim Produtos Naturais in order to analyze its importance for the local agribusiness scenario, as well as to know the actions and strategies for the creation of new technologies directed to the demands and challenges of the local agriculture. data were collected through a semi-structured interview with the company's CEO and the data analysis was done through a qualitative approach. The proposed theme is of current and relevant importance, considering that, despite being new in the Brazilian scenario, the creation of agritechs is in progressive expansion, being disseminated in a vertiginous way, as they are associated with research and development of techniques that allow more productivity in the agro market and create new business perspectives, boosting the Brazilian economy through the promotion of new technologies.

Keywords: Agritechs; Agribusiness; Technology.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Mapa do Estado do Maranhão (mesorregiões)	13
Figura 2 – Demonstrativo do PIB Nacional.....	13
Figura 3 - Fotos da Startup Agritech.....	19
Figura 4 - Fotos da Startup Agritech.....	20
Figura 5 - Fotos da Startup Agritech.....	21
Figura 6 - CEO da Startup Agritech no Inova Maranhão.....	22
Figura 7 - Fotos da Startup Agritech.....	23

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	10
2	AGRICULTURA E AGRONEGÓCIO MARANHENSE.....	11
3	AS STARTUPS COMO MODELO INOVADOR DE NEGÓCIO.....	14
3.1	O que é uma startup?.....	14
3.2	Mapeamento do ecossistema de uma startup.....	15
3.3	Os estágios de uma startup.....	16
3.4	O processo de inovação nas startups.....	17
4	ESTUDO DE CASO: RESULTADOS DA PESQUISA.....	17
4.1	Perfil da Startup Sítio Angelim Produtos Naturais.....	18
4.1.1	Bloco 1: Criação da Startup.....	18
4.1.2	Bloco 2: Motivação do empreendimento.....	19
4.1.3	Bloco 3: O ambiente da empresa no ecossistema maranhense.....	20
4.1.4	Bloco 4: Situação atual desse modelo de negócio.....	21
4.1.5	Bloco 5: Participação do Governo do Estado do Maranhão como incentivador do negócio.....	22
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	24
	REFERÊNCIAS.....	25

A IMPORTÂNCIA DA AGRITECH PARA O AGRONEGÓCIO E SUA ATUAÇÃO NA CRIAÇÃO DE NOVAS TECNOLOGIAS PARA OS DESAFIOS LOCAIS NO ESTADO DO MARANHÃO: Um estudo de caso da Empresa Sítio Angelim Produtos Naturais

Eliane Avelar dos Santos Mariz*
Hélio Trindade de Matos†

Resumo: O presente artigo tem como escopo principal analisar de que forma a criação de uma agritech pode contribuir para a solução de problemas de agricultura no Estado do Maranhão, bem como analisar como esta empresa coopera para o desenvolvimento e fortalecimento do agronegócio local. Para tal mister, o presente trabalho busca analisar o cenário atual da agricultura e do agronegócio maranhense, identificando a articulação de uma agritech maranhense, bem como seus atores e recursos essenciais. A metodologia utilizada nesta pesquisa foi a abordagem do tipo qualitativa, concomitantemente, com objetivo exploratório e descritivo, por meio da qual foram realizadas extensas revisões bibliográficas e também um estudo de caso com a empresa maranhense Sítio Angelim Produtos Naturais com o intuito de analisar a sua importância para o cenário do agronegócio local, bem como conhecer as ações e estratégias para criação de novas tecnologias direcionadas às demandas e desafios da agricultura local. dados foram coletados por meio de uma entrevista semiestruturada com a CEO da Empresa e a análise dos dados foi feita através de abordagem qualitativa. O tema proposto é de atual e relevante importância, tendo em vista que, apesar de ser novidade no cenário brasileiro, a criação de agritechs encontra-se em progressiva expansão, sendo difundido de modo vertiginoso, pois as mesmas estão associadas a pesquisas e desenvolvimento de técnicas que permitem mais produtividade no mercado agro e criam novas perspectivas de negócios, impulsionando a economia brasileira através do fomento de novas tecnologias.

Palavras-chave: Agritechs; Agricultura; Tecnologia.

Abstract: The main purpose of this article is to analyze how the creation of an agritech can contribute to the solution of agricultural problems in the State of Maranhão, as well as to analyze how this company cooperates for the development and strengthening of local agribusiness. To this end, the present work seeks to analyze the current scenario of agriculture and agribusiness in Maranhão, identifying the articulation of an agritech in Maranhão, as well as its actors and essential resources. The methodology used in this research was the qualitative approach, concomitantly, with an exploratory and descriptive objective, through which extensive bibliographic reviews were carried out and also a case study with the Maranhão company Sítio Angelim Produtos Naturais in order to analyze its importance for the local agribusiness scenario, as well as to know the actions and strategies for the creation of new technologies directed to the demands and challenges of the local agriculture. data were collected through a semi-structured interview with the company's CEO and the data analysis was done through a qualitative approach. The proposed theme is of current and relevant importance, considering that, despite being new in the Brazilian scenario, the creation of agritechs is in progressive expansion, being disseminated in a vertiginous way, as they are associated with research and development of techniques that allow more productivity in the agro market and create new business perspectives, boosting the Brazilian economy through the promotion of new technologies.

Keywords: Agritechs; Agribusiness; Technology.

* Aluna do Curso de Administração/UFMA. Artigo apresentado para a disciplina de TCC II, na data de 25/04/2021, na cidade de São Luís/MA. Endereço eletrônico para contato: eliane.mariz@hotmail.com

† Professor Orientador. Dr. em Administração. Departamento de Ciências Contábeis, Imobiliárias e Administração/UFMA. Endereço eletrônico para contato: heliomatos2010@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como escopo principal analisar de que forma a criação de uma agritech pode contribuir para a solução de problemas de agricultura no Estado do Maranhão, bem como analisar como esta empresa coopera para o desenvolvimento e fortalecimento do agronegócio local. Para alcance do objetivo geral ora mencionado, estabeleceu os seguintes objetivos específicos, a saber: demonstrar, através do cenário atual da agricultura e do agronegócio maranhense, qual motivação para constituição de uma startup de agronegócio; caracterizar e mapear o ecossistema de uma agritech no Estado do Maranhão; identificar os atores e recursos essenciais da agritech e sua articulação; explicar o comportamento tanto do produtor rural quanto do fornecedor do serviço enquanto administradores em relação à tecnologia ofertada e verificar quais políticas públicas de estímulo destinadas para a inserção das agritechs no Estado do Maranhão.

A escolha pelo tema proposto se deve à sua visível importância nos dias atuais, haja vista que o agronegócio tem se revelado um dos grandes responsáveis pela máquina propulsora da economia brasileira, isto porque movimentou de forma exponencial o Produto Interno Bruto (PIB) nacional, constituindo oportunidades de negócios, investimentos, geração de renda e de empregos. É importante ressaltar que, com o advento de novas tecnologias, a necessidade de inovação caracteriza-se como uma prioridade, ou seja, uma forma de suprir uma demanda que somente cresce em um ambiente econômico muito complexo, extremamente exigente e competitivo.

Nesse sentido, o processo de criação de agritechs, apesar de ser incipiente no Brasil, encontra-se em progressiva expansão, sendo difundido de modo vertiginoso, pois as mesmas estão associadas a pesquisas e desenvolvimento de técnicas que permitem maior produtividade no mercado agro e criam novas perspectivas de negócios, impulsionando a economia brasileira através do fomento de novas tecnologias.

A metodologia utilizada nesta pesquisa foi a abordagem do tipo qualitativa com objetivo descritivo e exploratório, concomitantemente, haja vista que o pesquisador busca coletar os dados no próprio local de observação do fenômeno, realizar entrevistas e transcrevê-las, bem como analisar documentos e dados obtidos. O estudo em comento foi realizado em duas etapas, a saber: extensa pesquisa bibliográfica, de modo a consultar artigos, periódicos, livros, produções acadêmicas e revistas científicas atinentes ao tema e também um estudo de caso com a empresa maranhense Sítio Angelim Produtos Naturais, que foi conduzido com o intuito de analisar a importância desta empresa para o cenário do agronegócio local, bem como conhecer as ações e estratégias para criação de novas tecnologias direcionadas às demandas e desafios da agricultura maranhense. É importante ressaltar que os dados foram coletados por meio de uma entrevista semiestruturada com a CEO da Empresa e a análise dos dados foi feita através de abordagem qualitativa.

Diante do exposto, o presente artigo se estrutura da seguinte forma: o segundo capítulo trata sobre a agricultura e o agronegócio, perpassando pela conceituação necessária desses termos e analisando a atual conjuntura maranhense, a partir de dados do próprio Governo do Estado. Neste capítulo, além de falar do agronegócio no Maranhão, também são brevemente abordadas as outras atividades industriais a ele relacionadas, tais como a produção de grãos, (açai e arroz) e de frutos, como o abacaxi, sendo ambas as atividades fundamentais para movimentar o cenário econômico do Estado.

O terceiro capítulo, por sua vez, estuda o mapeamento do ecossistema de uma startup, bem como sua conceituação e a sua importância na criação de estratégias para inovar a perspectiva tecnológica já existente, especialmente no que se refere ao agronegócio e agroindústria. Ademais, serão abordados os diferentes estágios pelos quais uma startup precisa

passar para que se torne um empreendimento bem-sucedido e que haja compreensão do negócio a ser implantado ou do protótipo idealizado

Por fim, o quarto e último capítulo trata sobre os resultados obtidos no estudo de caso com a empresa maranhense Sítio Angelim Produtos Naturais, de modo a analisar a sua atuação enquanto agritech para inovação e aperfeiçoamento do agronegócio no estado do Maranhão.

É sabido que o Estado do Maranhão, conforme análise do último Censo Agropecuário 2017, apresentou uma melhora no setor de agronegócios, devido ao uso das novas tecnologias, mesmo demonstrando que sua base econômica está estruturada em uma agricultura tradicional, respaldada por costumes e tradições.

Assim sendo, é supra necessidade desenvolver pesquisas acerca da contribuição das agritechs enquanto fomentadoras de novas tecnologias e de novos mercados através de soluções locais voltadas para agricultura no Estado do Maranhão, promovendo, dessa forma, um maior conhecimento acerca da implantação de uma startup de agronegócio. Tal análise corrobora para que se tenha uma melhor compreensão da criação das agritechs e de seus estágios, das experiências exitosas ou não exitosas e, sobretudo, da relação entre produtor rural, tecnologia e políticas públicas de incentivo.

2 AGRICULTURA E AGRONEGÓCIO MARANHENSE

Localizado no oeste da região Nordeste, o Maranhão possui extensão territorial de 331.935.507 km², divididos em 217 municípios. Segundo a Secretaria de Estado da Agricultura, Pecuária e Pesca - SAGRIMA, por meio da Superintendência de Pesquisa e Geoprocessamento - SPG, é possível conhecer o perfil da agricultura maranhense com base em dados da Produção Agrícola Municipal do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2017).

De acordo com os dados do IBGE, o Maranhão já ocupa a décima posição entre os estados que mais produzem no país, ou seja, tem crescido de forma significativa nos últimos anos. No entanto, economia agrícola maranhense baseia-se na agricultura itinerante (lavouras anuais: arroz, milho, feijão e mandioca), com uso de técnicas rudimentares, com ausência ou extrema carência de tecnologia, ainda considerada tradicionalista, principalmente, entre agricultores familiares que sobrevivem da roça e da criação de pequenos animais (aves, suínos, caprinos e ovinos) e do extrativismo (babaçu e pesca artesanal). Esse sistema nem sempre gera excedente de produção, fazendo com que a renda monetária desses agricultores seja incipiente.

Dessa forma, se faz necessário o investimento em pesquisas, cujo objetivo principal é oferecer tecnologias que assegurem a consolidação de sistemas agrícolas para atender ao aumento da demanda por alimentos de alta qualidade, proporcionando ainda a redução de insumos e a adoção de práticas que contribuam para a manutenção dos recursos naturais. Nesse sentido:

O agronegócio, também denominado agrobusiness, é vinculado à cadeia produtiva da agropecuária, incluindo também as atividades desenvolvidas por fornecedores de insumos e sementes, equipamentos, serviços, beneficiamento de produtos, industrialização e comercialização da produção agropecuária (ERP, 2012, s.p.).

Portanto, segundo o autor, agronegócio consiste no conjunto de todas as atividades de produção, processamento, distribuição e comercialização dos produtos agrícolas, podendo ser dividido em três etapas, a saber: produtores rurais (proprietários de pequenas, médias ou grandes propriedades onde há a produção rural), fornecedores de insumos rurais: (fabricantes de máquinas rurais, fornecedores de pesticidas, sementes, equipamentos, etc.) e os que realizam processamento, distribuição e comercialização (frigoríficos, distribuidoras de indústrias, supermercados, entre outros).

Segundo cálculos do CEPEA (Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada), da Esalq/USP, realizados em parceria com a CNA (Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil), O PIB do agronegócio brasileiro subiu com força ao longo de 2020 e acumulou avanço recorde de 24,31% no ano (CEPEA, 2020, s.p.).

O processo de modernização e especialização dos sistemas produtivos tem culminado em significativo aumento na competitividade dos mais diversos setores da economia mundial, como, por exemplo: o agronegócio, um dos setores mais dinâmicos e inovadores da economia brasileira, responsável pelo desenvolvimento econômico nos últimos anos, apresentando crescimento do PIB (Produto Interno Bruto) superior ao de outros setores.

Os recursos tecnológicos, em especial as tecnologias inovadoras, surgem como incentivo eficaz para os produtores. É sabido que o principal fator de motivação é mostrar para os produtores a importância que a implantação de novas tecnologias representa para o setor do agronegócio, de modo a demonstrar o aumento de sua produtividade e o benefício direto, não só para o proprietário, mas para o ambiente natural.

Desse modo, merece respaldo no que diz respeito aos investimentos que colaborem para a modernização dos processos produtivos utilizados para que a produção e a qualidade sejam atingidas. Nesse mesmo sentido, Xavier (2015, p. 14) aduz:

O entendimento a respeito da difusão da inovação tem enorme importância econômica para as empresas, visto que o desempenho das invenções é crucial para criar vantagem competitiva, especialmente, quando se trata das startups, as quais trabalham para solucionar um problema cuja solução não é óbvia e o sucesso não é garantido, ou seja, em um ambiente de extrema incerteza.

Corroborando neste entendimento, Freitas (2018) defende que a inovação está estreitamente ligada ao empreendedorismo, sendo que tal postura estimula as inovações para melhorar o desempenho das empresas e, conseqüentemente, sua competitividade e o desenvolvimento no mercado.

O Estado do Maranhão atualmente se insere na rota do capital mundial a partir de dois eixos produtivos: o industrial e o agronegócio. Nesse diapasão, Botelho (2010, p. 30) explica:

Historicamente o estado tem se encarregado de produzir os produtos primários e destiná-los ou ao exterior ou ao mercado interno (nacional ou regional) e comprá-los depois de industrializados. Foi assim com o algodão, com o arroz, com o gado e está sendo com os minérios, com vários outros produtos e especialmente com a soja. Nem os processos de produção e nem as formas de exploração da agricultura são os mesmos, mas obedecem à mesma lógica da acumulação e reprodução.

Logo, quando se fala em agronegócio no Maranhão, fala-se na produção agropecuária propriamente dita, mas também nas várias atividades de industrialização que se encontram estreitamente relacionadas ao setor. Ou seja, diversas atividades que movem o cenário econômico são identificadas no estado, como no sul do Maranhão, com a produção de grãos, de açaí na baixada maranhense, arroz em São Mateus, abacaxi no município de Turiaçu e São Domingos, dentre outras.

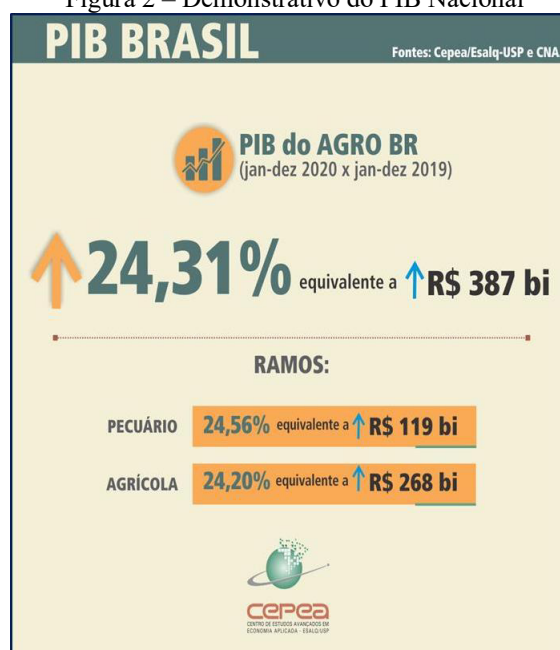
O Governo do Maranhão, desde 2015, vem realizando a Agritech, por meio do Sistema de Agricultura Familiar, formado pela Secretária de Estado de Agricultura Familiar (SAF), pela Agência Estadual de Pesquisa Agropecuária e de Extensão Rural do Maranhão (AGERP-MA) e Instituto de Colonização e Terras do Maranhão (ITERMA-MA), fomentando o agronegócio e provendo estimulando o uso de tecnologias.

Figura 1: Mapa do Estado do Maranhão (mesorregiões)



Fonte: Banco do Nordeste, 2020.

Figura 2 – Demonstrativo do PIB Nacional



Fonte: CEPEA/ Esalq- USP E CNA, 2020.

Startup são pequenas empresas montadas em casa ou em faculdades e que recebem pequenos aportes de capital. Elas exploram áreas inovadoras de determinado setor (mais comumente a de tecnologia), possuindo uma aceleração de crescimento muito alta já nos primeiros meses de existência em virtude de investimentos feitos por fundos de investimento especializados (LONGHI, 2011, p.1).

Desse modo, depreende-se que as agritechs são empresas que exploram um vasto campo oferecendo soluções para o setor agro, isto é, organizações tecnológicas focadas no agronegócio. Ao fazer uso dessas tecnologias, as agritechs contribuem para o aumento da produtividade e a redução de custos, que são percebidas como um modelo de negócio inovador.

O potencial de crescimento dessas empresas tem despertado o interesse em investimentos no setor. Entretanto, diante desse cenário surgem algumas questões: como saber qual agritech implantar? O que uma agritech precisa ter para atrair novos investimentos? Como os empreendedores do segmento lidam com a falta de infraestrutura tecnológica nas regiões onde se localizam os produtores rurais? Qual a receptividade desses agricultores às novas tecnologias?

Para Datum (2014, s.p.), a resposta é simples:

Criando soluções inteligentes para gerar eficácia e melhoria dos processos internos, assertividade no controle da produção e agilidade na comercialização; além de evitar desperdício de recursos naturais, como por exemplo, o gerenciamento da irrigação no plantio, por meio de dispositivos que monitoram o volume de água.

Diante de tantos questionamentos, é salutar dizer que, de forma geral, as startups do mercado agro têm como grande desafio não somente desenvolver a tecnologia por meio da análise de oportunidade, mas acima de tudo ter o compromisso em oferecer uma vida mais prática ao produtor rural, ligando o seu labor com as novas tendências do mercado, de modo que o seu modelo de negócio não seja engolido pela concorrência em virtude da falta de adequação.

3 A STARTUP COMO MODELO INOVADOR DE NEGÓCIO

3.1 O que é uma startup?

Para melhor compreensão do tema proposto, é essencial compreender e conceituar o que é uma startup, bem como suas características e um breve apanhado de seu surgimento.

É sabido que nas últimas décadas houve grande crescimento de empresas, como nunca visto antes. Assim, com a expansão do meio digital e as possibilidades que surgiram com o advento da internet, as startups surgiram como uma alternativa para proporcionar grandes retornos financeiros em pouco tempo e trazer mais tecnologia para os modelos de empreendimento já existentes. Nesse sentido, afirma Ramos (2015, p. 06):

O termo startup não é assim tão recente e já havia sido amplamente citado por autores economistas desde o início do século XVII. No entanto, foi nas últimas décadas que ele ganhou uma nova forma com a chegada da “bolha da internet”, entre 1996 e 2001. Usado nos Estados Unidos há algumas décadas, foi só a partir da difusão das empresas “ponto com” que o termo foi ganhando novos contornos e se estabelecendo como uma nova abordagem empresarial e das firmas.

Logo, foi entre 1996 e 2001, mesmo período da bolha da internet em que foi possível perceber as características de um modelo específico de negócio voltado para um mundo em que o grande público pode ser alcançado online (SOARES, 2017, p. 15). Desde então, surgiu a necessidade de criar novas tecnologias, novos métodos de gerenciamento e modelos atualizados

de gestão. Nesse contexto, a startup se destaca por possuir grande potencial de crescimento e trazer bastante inovação para o cenário.

O conceito de startup ainda não é completamente uníssono, haja vista que os estudiosos do tema divergem sobre algumas características e definições desse termo. Enquanto alguns dizem que startup é a fase inicial de uma empresa, outros entendem que “uma startup é uma empresa inovadora com custos de manutenção muito baixos, mas que consegue crescer rapidamente e gerar lucros cada vez maiores” (SEBRAE, 2014, s.p.).

Nesse sentido, é importante ressaltar definição de Ries (2012, p. 21), que afirma que uma startup é “uma instituição humana projetada para criar novos produtos e serviços sob condições de extrema incerteza”. Cabe frisar aqui que o cenário de incerteza pontuado pelo autor significa dizer que não há como precisar ou afirmar com certeza se o projeto levantado por aquela empresa irá ter êxito ou pelo menos se sustentar no mercado.

Seguindo a mesma linha de raciocínio, Perin (2016, p. 16) entende que startups são “negócios de alto risco que surgem, validam, aprimoram e evoluem rapidamente seus modelos de negócios sustentáveis até vencerem ou não as incertezas de mercado”.

Em complemento, Blank e Drof (2014, p. 07) assim compreendem que uma startup é uma “organização temporária em busca de um modelo de negócio escalável, recorrente e lucrativo”.

Diante de tantas definições distintas e complementares entre si, é possível elencar as principais características dos negócios desenvolvidos por startups: viabilidade, escalabilidade e repetibilidade, senão vejamos:

É possível destacar as três principais características dos modelos de negócios desenvolvidos por Startups: viável, repetível e escalável. Viável: a solução que a Startup pretende oferecer ao seu público precisa estar dentro do realizável com a tecnologia e recursos disponíveis e ser lucrativa. Esta característica é um destaque importante quando se considera que o cerne inovador das Startups pode levar a situações que exijam a criação de desenvolvimento de recursos nunca antes imaginados ou testados. Escalável: capacidade que o negócio tem de crescer e se tornar forte de maneira rápida, esta característica está relacionada a capacidade que a empresa tem de fazer com que um cliente contagie outros tantos a fim de fazer do negócio algo bastante atraente, não pela propaganda que a empresa faz do produto ou serviço, mas porque a empresa foi pensada e estruturada para que isso acontecesse. Repetível: quando, de maneira pouco dispendiosa, o negócio pode ser copiado e replicado em outras localidades alcançando novos públicos, ou utilizando de uma mesma estrutura para alcançar outros setores econômicos, diversificando as fontes de lucro. Esta capacidade está diretamente relacionada à capacidade de expansão do negócio (SOARES, 2017, p. 19).

Portanto, uma startup é um modelo de negócio que gera valor e é viável, pois tem os recursos disponíveis e necessários para que gere lucros. Além disso, entrega “o mesmo produto novamente em escala potencialmente ilimitada, sem muitas customizações ou adaptações para cada cliente” (SEBRAE, 2014, s.p.), isto é, é repetível e também é escalável, ou seja, cresce cada vez mais, sem que isso influencie no modelo de negócios, ao mesmo tempo que os custos crescem lentamente, de modo a acumular lucros e gerar cada vez mais riqueza (SEBRAE, 2014, s.p.).

3.2 O mapeamento do ecossistema de uma startup

Segundo Soares (2017, p. 34), para alcançar cada um de seus objetivos, uma organização dependerá da ação de agentes que circundam sua área de mercado, sejam eles fornecedores, clientes ou órgãos de regulamentação. Ou seja, da mesma forma que cada indivíduo compõe o ecossistema biológico e ali vive em conjunto, assim é o ecossistema de uma startup, no qual

cada empresa afeta e é afetada pelas outras e deve ser “flexível e adaptável para sobreviver” (INVESTOPEDIA, 2016).

Um ecossistema é estabelecido quando todas essas partes contribuem mutuamente para a manutenção do sistema de geração de valor no qual estão inseridas (SOARES, 2017, p. 34).

Nesse sentido, é mister ressaltar entendimento de Troyjo (2016) ao afirmar que:

Um ecossistema é moldado por elementos que visam obter vantagens através da aproximação e interação entre seus elementos. No caso de um ecossistema de inovação esta definição também é usada. Mas neste caso, os elementos são todos aqueles que possam influenciar direta ou indiretamente na tomada de decisão e na gestão estratégica de entidades que pretendem inovar e se adaptar em um mercado em constante evolução. Essas entidades podem ser empresas, agências de fomento, organizações não governamentais, centros de pesquisas, entre outros.

Portanto, o mapeamento de ecossistemas é fundamental para que uma startup tenha êxito, uma vez que” conectadas com o ambiente ao seu redor, as startups estarão mais próximas de qualquer oportunidade de desenvolvimento que possa ser identificada” (SOARES, 2017, p. 35). Como afirma Arruda et al. (2013), Startups têm maiores chances de sucesso quando inseridas em um ecossistema empreendedor que estimule o desenvolvimento empresarial e a inovação.

Os ecossistemas estimulam a otimização contínua dos negócios e possibilitam que empresas se influenciem mutuamente na concepção e desenvolvimento de novos produtos e serviços, são essenciais para a manutenção do papel da inovação no crescimento econômico (SOARES, 2017, p. 35).

O movimento de Startups no Estado do Maranhão começa a tomar forma enquanto ecossistema ao mesmo tempo em que ganha relevância no cenário nacional, haja vista a participação de Startups maranhenses na “Campus Party 9”, em janeiro de 2016. A Campus Party é considerada o maior evento de tecnologia e cultura digital do mundo, oferecendo espaço para discussões, troca de conhecimentos, empreendedorismo, negócios, pesquisas e entretenimento. Da mesma forma, movimentos como hackathons, conhecidas como maratonas tecnológicas, surgem no cenário maranhense propondo soluções inovadoras para problemas da sociedade através da construção de projetos e do “pensar diferente”, norteando o desenvolvimento de soluções inteligentes para o agronegócio.

Diante do exposto, o ecossistema de inovação de startups maranhenses sai de um cenário impossível para um cenário provável. Atualmente, o Estado do Maranhão tem participado de editais para eventos, competições de startups e programas de aceleração em eventos de grande expressão a nível nacional.

Desse modo, é possível perceber o progresso do ecossistema das startups maranhenses nos últimos anos e a participação do Governo do Estado na criação de estratégias para incentivar a inovação.

3.3 Os estágios de uma startup

As startups possuem estágios distintos durante o seu desenvolvimento, que juntos determinam o seu ciclo de vida. Segundo Blank (2015), três fases podem ser identificadas e devem ser seguidas para que a startup se torne um empreendimento bem-sucedido, a saber: pesquisa, construção e crescimento.

Na primeira fase, de pesquisa, ainda não há uma ideia de empreendimento já estabelecida. O foco reside no aprimoramento e aperfeiçoamento da pesquisa acadêmica. A publicação dos resultados da pesquisa é o objetivo principal (CUNHA FILHO, REIS E ZILBER, 2018, p. 106).

A criação da propriedade intelectual – patente – abre caminho para a oportunidade comercial. Surge então o primeiro momento crítico no desenvolvimento do empreendimento: reconhecimento da oportunidade (CUNHA FILHO, REIS E ZILBER, 2018, p. 106).

Segundo Cunha Filho, Reis e Zilber (2018, p. 106), na fase de construção, realiza-se a “identificação de potencial de mercado para exploração da propriedade intelectual”. Além disso, nesta fase busca-se identificar valores, garantir que os atributos técnicos apresentem evidências suficientemente robustas, traçar e implementar planos estratégicos (CUNHA FILHO, REIS E ZILBER, 2018, p. 106). Esta etapa é um passo extremamente importante para o empreendedor, haja vista que é nesse momento que ele passa a ter contato direto com o ambiente competitivo e comercial do mercado.

A fase de crescimento, por sua vez, é onde o empreendedor atinge seu objetivo, após suplantar as incertezas e dificuldades do processo. Após garantir o aprendizado vivido pelas fases anteriores, na fase de crescimento a startup começa a atingir seus objetivos fundamentais e produzir riqueza.

Portanto, as fases de uma startup são extremamente necessárias para que haja compreensão do negócio a ser implantado ou do protótipo idealizado, de maneira a criar produtos ou serviços com potencial para atingir uma grande massa de usuários e de forma escalável, ou seja, que a estrutura cresça à medida que se aumenta a base de usuários retidos.

3.4 O processo de inovação em startups

O processo de inovação diz respeito ao caminho percorrido pela startup desde a concepção da ideia até a fase em que a inovação está pronta para ser lançada ao mercado. É basicamente um passo a passo, mas que não precisa ser seguido fielmente, podendo ser modificado e adaptado de acordo com a realidade de cada startup (ROCHA, 2018).

Para Terenzo (2012), ter uma meta clara é fundamental para iniciar um projeto de inovação. A base da inovação se dá com o funil de inovação, com advento da internet o mercado exige mais velocidade e simplificação dos processos, se o processo for bem definido logo do início será fácil de ser aplicado e para orientar as pessoas internas e externas envolvidas. O processo é composto de quatro fases, e pode ser adaptável a diferentes tipos de projetos e com diferentes graus de complexidade, quando customizado a cada startup há uma maior garantia de qualidade de um processo de inovação ser bem sucedido. O modelo se resume a quatro grandes fases:

1. Geração de ideias – Fase inicial do projeto, quando várias fontes são pesquisadas para se obter bons insights;
2. Viabilidade – Há uma avaliação do potencial de mercado, viabilidade técnica, humana e financeira são analisadas;
3. Capacitação – A fase da capacitação deve ser feita com base no Know-how das pessoas envolvidas no projeto, investir em treinamento e nas pessoas;
4. Lançamento da Startup – Para se lançar a startup é preciso de investimento, seja próprio ou financiado, para que o cliente seja atendido com qualidade (TERENZZO, 2012, p. 174).

4 ESTUDO DE CASO: RESULTADOS DA PESQUISA

Neste capítulo são apresentadas as análises dos dados da entrevista divididas em cinco blocos distintos, a saber: o primeiro bloco trouxe questionamentos que ajudarão a entender de que forma a criação de agritech como fomentadora de novos negócios e novas tecnologias poderá impactar na solução de diversos problemas relacionados ao agronegócio no Estado do Maranhão. Nesse item foi verificada a importância econômica de novas tecnologias para fortalecimento agro comercial, a da análise do cenário da agricultura e do agronegócio no respectivo estado.

O segundo bloco fará partir referências às questões motivadoras para a idealização e estabelecimento de uma empresa de agrotecnologia no Estado do Maranhão. A intenção dessa etapa é aferir qual o “problema ou dor” promoveu tal inquietação para construção de uma ideia inovadora e, com isso, promover a criação de uma Agritech. O terceiro bloco, por sua vez, visa mapear e caracterizar o ambiente de ecossistema dessa empresa de inovação, para que se tenha o conhecimento da atuação no respectivo setor. Através desse bloco, será possível verificar como foi ou está sendo a implantação da mesma, observando qual nível de estabelecimento desse protótipo.

Para construção de quarto bloco, serão feitas perguntas relacionadas à situação atual desse modelo de negócio. Por fim, o quinto bloco trará indagações relativas ao papel do governo do Estado do Maranhão quanto à elaboração das políticas de inserção das agritechs, com vista a esclarecer se as políticas públicas injetoras de investimentos são congruentes com a visão de crescimento tecno-inovadores.

4.1 Perfil da Startup Sítio Angelim Produtos Naturais

4.1.1 Bloco 1: Criação da Startup

Trata-se de startup que atua no setor econômico do agronegócio e realiza comércio varejista de plantas e flores naturais, compreendendo a comercialização de vasos e adubos para plantas, sementes e mudas para jardinagem, bem como plantas, flores e frutos naturais para ornamentação. Tem como atividade principal o comércio varejista de sementes, mudas, plantas, flores naturais, húmus para plantas, cantoneiras e adubos para plantas e frutos naturais, e como atividade secundária o comércio varejista de produtos alimentícios em geral e a coleta de resíduos não-perigosos. Antes o nome da startup era “Smartrash adubos orgânicos”, porém, o nome mudou para Sítio Angelim Produtos Naturais, sediada na cidade de São Luís do Maranhão.

Figura 3 – Fotos da Startup Agritech



Fonte: Acervo da entrevistada

A startup Sítio Angelim Produtos Naturais é gerenciada pela CEO Renata Castro, de 26 anos. Ela se dedica exclusivamente à startup, trabalhando todos os dias.

O CEO da startup sou eu, Renata Castro. Tenho 26 anos e sou Bacharel e Licenciada em Geografia pela Universidade Federal do Maranhão. Atualmente, sou Graduanda em Comércio Exterior. Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Geografia, Natureza e Dinâmica do Espaço e me dedico todos os dias pela startup, só trabalho na startup (entrevistada).

A coleta dos dados proposto na pesquisa ocorreu por meio de uma entrevista semiestruturada com perguntas abertas acerca do trabalho desenvolvido pela respectiva empresa.

O contato da empresa foi adquirido a partir dos bancos de dados do INOVA MARANHÃO, no final do ano de 2020. A primeira conversa com a CEO da startup, Renata Maria de Sousa Castro se deu no dia 22/03/2024, a fim de apresentar o motivo do estudo e sua contribuição a viabilidade desse trabalho e para o meio acadêmico de forma geral.

Após esclarecimentos em relação a proposta de trabalho e sua metodologia, a entrevista ocorreu via áudio, devido as circunstâncias de isolamento social por causa da covid 19, no dia 5 de abril de 2021, onde foram respondidas as perguntas direcionadas e transcritas na íntegra.

As perguntas e respostas foram divididas em cinco blocos temático a saber: criação da startup e de que forma impactará o agronegócio no estado do Maranhão; Motivação do empreendimento; Caracterização do ambiente da empresa no ecossistema maranhense; Situação atual desse modelo de negócio e Participação do governo do estado do Maranhão como incentivador no negócio.

4.1.2 Bloco 2: Motivação do empreendimento

Segundo a CEO da empresa, o problema proposto pela empresa agritech Sítio Angelim Produtos Naturais já está bem definido:

Sim, está bem definido. Nosso problema inicial era resolver alguns problemas em relação ao uso de fertilizantes químicos. Fertilizantes químicos que causavam maiores mortalidade das plantas, poluição do solo, do meio ambiente, dos recursos hídricos e, também, por conta de um receio de risco à saúde, por conta das pessoas que utilizavam esses fertilizantes químicos, e também ao uso de adubo orgânico de origem animal, por ser fonte de algumas bactérias, as pessoas tinham receio de usar esses dois tipos de fertilizante, tanto de origem animal, quanto de origem química. E aí, nós viemos para resolver esse problema através do adubo orgânico da compostagem orgânica. O nosso produto principal era esse compostagem orgânico, sem cheiro, seco e que possui uma maior parte de sobrevivência das plantas, essa é a nossa proposta de solução para o problema de poluição do meio ambiente. Hoje, estamos também trabalhando com outro produto, que é a casca de coco, fibra de coco. Todos os nossos produtos são reciclados, ou seja, nós transformamos o lixo em um produto que seja lucrativo e que seja sustentável. Toda base do nosso produto é através de reciclagem de matéria orgânica tanto do coco, quanto do resto de alimentos (entrevistada).

Figura 4 – Fotos da Startup Agritech



Fonte: Acervo da entrevistada

Além disso, a empresa já conta com uma solução adequada para o problema proposto:

Nosso problema inicial era resolver alguns problemas em relação ao uso de fertilizantes químicos. Fertilizantes químicos que causavam maiores mortalidade das plantas, poluição do solo, do meio ambiente, dos recursos hídricos e, também, por conta de um receio de risco à saúde, por conta das pessoas que utilizavam esses fertilizantes químicos, e também ao uso de adubo orgânico de origem animal, por ser fonte de algumas bactérias, as pessoas tinham receio de usar esses dois tipos de fertilizante, tanto de origem animal, quanto de origem química (entrevistada).

4.1.3 Bloco 3: O ambiente da empresa no ecossistema maranhense

Em relação ao público-alvo, a startup Sítio Angelim atua na categoria B2C (Negócio para cliente direto) e B2B (Negócio para empresas):

O setor que atuamos é o agronegócio e o nosso modelo de negócio é venda direta do produto B2B e B2C. Vendemos tanto para casas agropecuárias, quanto para supermercados que atuam na ilha, na cidade de São Luís e zona metropolitana, quanto vendemos no Instagram para pessoas físicas, mas nosso maior volume de vendas é para casas agropecuárias, que é para B2B (entrevistada).

A startup foi formalizada com CNPJ no enquadramento de Microempreendedor Individual (MEI), com vendas e clientes certos. e é composta por quatro membros, dos quais dois se dedicam única e exclusivamente à startup.

Nossa startup é constituída de 4 membros, mas somente duas pessoas se dedicam única e exclusivamente para ela. Sendo bem sincera, nós ainda não temos um modelo tecnológico, eu meio que digo que a gente começou com a ideia de startup, mas hoje a gente é uma empresa familiar, mas não tem ainda aquele caráter tecnológico, tão presente em uma startup pra talvez ser considerada como uma agritech (entrevistada).

4.1.4 Bloco 4: Situação atual desse modelo de negócio

O problema definido pela empresa foi validado junto a potenciais clientes. Como já mencionado, o modelo de negócio é estruturado como MEI, com vendas e clientes certos. As soluções propostas pela empresa foram prototipadas e validadas. Na entrevista, foi questionado à CEO se foi desenvolvido um MVP (Mínimo Produto Viável):

O nosso MVP foi o nosso produto final, mas a gente tinha uma embalagem que era um pouco diferente e hoje ainda não temos uma definitiva e estamos trabalhando para que seja uma embalagem mais sustentável possível, mas ainda não foi possível por conta do financeiro (entrevistada).

Em seguida, foi questionada qual é a maior dificuldade do negócio para que a Startup agritech alcance seu objetivo principal? Foi pedido à CEO que falasse especificamente deste estágio:

Atualmente, além da questão financeira, nossa maior dificuldade é ... toda empresa que começa, ela tem problemas, e nossa empresa em relação a ter lucro ao ponto de conseguirmos pagar nossas contas, somente com a empresa. Então, hoje, a nossa principal dificuldade é manter os nossos colaboradores 100%trabalhando na startup. Nós não conseguimos, porque não temos como pagar ainda e essas pessoas têm que se dividir com outras atividades. Essa é a nossa maior dificuldade (entrevistada).

Para a CEO, a agritech está num estágio em que já está começando a ter clientes e que seus lucros já possibilitam pagar algumas contas. “Ainda estamos muito no começo e, vendendo, trançando estratégias para captar clientes e seguindo” (entrevistada).

Figura 5 – Fotos da Startup Agritech



Fonte: acervo da entrevistada

Quando indagada sobre quantos usuários a sua solução já tem cadastrados, a CEO afirmou: “Hoje nós temos em média 5 clientes B2B, são casas agropecuárias, mas nós estamos em processo de negociação com outros 3 clientes, também B2B, fora os que são do Instagram” (entrevistada).

4.1.5 Bloco 5: Participação do Governo do Estado do Maranhão como incentivador do negócio

A startup agritech já foi inscrita no processo de seleção por alguma instituição aceleradora: “nós participamos do processo de incubação do INOVA MARANHÃO. A nossa empresa ainda não foi acelerada, nós passamos pelo processo de incubação” (entrevistada). Nesse sentido, a CEO da startup relatou como foi a experiência e de que modo a Aceleradora impactou positivamente o negócio:

No caso, o INOVA do governo do Maranhão, impactou positivamente porque nós tínhamos uma ideia e essa ideia foi tirada do papel por conta de toda uma rede de apoio, de mentoria, palestras, de todo um aparato par que pudéssemos tirar a ideia do papel e transformar em ação, e, também, possibilitou que nós criássemos uma ideia do que era “empreendedorismo, desse mundo de startups, porque antes nós não tínhamos essa ideia”. As minhas experiências profissionais eram todas na parte acadêmica e na área de consultoria ambiental e eu não tinha a menor experiência na área de empreendedorismo e participar do processo do INOVA MARANHÃO, foi fundamental para entender esse mundo de startup e compreender as propostas de valor, como questão de validação, MVP e tudo mais (entrevistada).

Figura 6 – CEO da Startup Agritech no Inova Maranhão



Fonte: acervo da entrevistada

Ao ser perguntada se a startup recebeu alguma proposta de investimento, a CEO afirmou que “o único investimento que recebemos, foi o investimento do INOVA MARANHÃO do edital de Startups” (entrevistada).

Não recebemos outros investimentos, mas tivemos oportunidade de participar do Demoday Inova Maranhão, juntamente com outras 6 startups que se destacaram. Foram 18 startups selecionadas para segunda etapa que participaram do programa e receberam investimento, mas somente sete se destacaram em relação à vendas e participação, que foram selecionadas para participar do Demoday Inova Maranhão e a Smartrash, atualmente Sítio Angelim, foi das startups que participou do evento. Infelizmente não recebemos nenhuma proposta de investimento, mas foi uma experiência marcante para nós (entrevistada).

Segundo a CEO, o investimento recebido pela startup foi de R\$ 58.000,00 (cinquenta e oito mil reais), entre os anos de 2020 a 2021. Para ela, é possível perceber a atuação de algumas entidades para promoção de negócios como startups no Estado do Maranhão, são elas: aceleradoras, Governo do Estado do Maranhão e Sebrae Maranhão.

Hoje nós vemos várias comunidades sendo criadas, tem algumas que não recorro o nome, mas estão sendo entrando em contato, tem alguma aceleradoras, tem o governo do Maranhão que hoje ao meu ver, é o principal incentivadores na promoção de startups aqui no estado do Maranhão, e o SEBRAE, que teve muita ajuda, principalmente em relação à burocracia d contabilidade, pois facilita você desenvolver o seu produto, a relação com o cliente. Quando você é novo nesse meio do empreendedorismo, é um turbilhão, principalmente porque você ainda não consegue ter pessoas suficientes para trabalhar na startup (entrevistada).

Ao ser questionada sobre se acredita que a sua Startup poderá crescer aqui no Estado do Maranhão, a CEO afirma:

Sim, eu acredito porque, só na cidade de São Luís, nós temos 21 casas agropecuárias de médio e grande porte. Temos 23 supermercados que vendem artigo de jardinagem, portanto, é um mercado que só tende a crescer aqui no estado do Maranhão. Ano passado, durante a pandemia, as pessoas passaram a comprar muito esse tipo de artigo, adubos, plantas, e isso fez com que o nosso mercado crescesse (entrevistada).

Figura 7 – Fotos da Startup Agritech



Fonte: Acervo da entrevistada

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo principal e geral compreender de que forma a criação de uma agritech pode contribuir para a solução de problemas de agricultura no Estado do Maranhão, bem como analisar como esta empresa coopera para o desenvolvimento e fortalecimento do agronegócio local.

Como já mencionado, o processo de criação de agritechs encontra-se em progressiva expansão, apesar de ainda ser uma novidade no cenário brasileiro. Por proporcionarem mais produtividade no mercado do agronegócio, impulsionarem a economia brasileira e fomentarem a utilização e criação de novas tecnologias, as agritechs têm disso difundidas de modo vertiginoso, o que demonstra a importância e atualidade da discussão ora proposta.

Ademais, é visível que o agronegócio tem grande importância no crescimento da economia brasileira, haja vista que movimenta de forma exponencial o Produto Interno Bruto (PIB) nacional, constituindo oportunidades de negócios, geração de renda e de empregos.

Desse modo, a necessidade de inovar cada vez mais se torna uma prioridade, tendo em vista que à medida em que surgem novas tecnologias, também se renovam os desafios de uma demanda crescente, fruto de um ambiente econômico complexo e competitivo.

Através da pesquisa realizada com a startup Sítio Angelim Produtos Naturais foi possível constatar que tal empresa contribui fortemente para a variedade, melhoria e competitividade do mercado de produtos naturais no Maranhão, além de se preocupar com a questão ambiental, o que produz inúmeros benefícios para a sociedade em geral.

A empresa estudada no presente trabalho possui um objetivo e uma motivação que transcende o mero ganho financeiro. Como já mencionado, a motivação da empresa surgiu a partir da preocupação em relação ao uso de fertilizantes químicos, haja vista que estas substâncias causavam maiores mortalidade das plantas, poluição do solo, do meio ambiente, dos recursos hídricos e, também, representavam risco à saúde dos consumidores finais, que utilizam tais fertilizantes e adubos. Além disso, houve uma preocupação com os adubos animais de origem química e os problemas que esse tipo de material pode acarretar a longo prazo.

Diante disso, a startup propôs uma solução para a poluição do meio ambiente. Para resolver uma problemática atual e latente, a empresa transforma o lixo cotidiano em produto viável e rentável, isto é, trabalha com compostagem orgânica (sem cheiro) e também com elementos como a casca e a fibra do coco, através do processo de reciclagem.

Sobre a participação do governo do estado do Maranhão como incentivador no negócio, é possível afirmar, com base nas informações coletadas, que as entidades aceleradoras são de grande importância no processo de estímulo da startup. Na empresa Sítio Angelim Produtos Naturais, em especial, o programa INOVA, do Governo do Estado do Maranhão impactou positivamente a empresa, uma vez que proporcionou uma rede de apoio, de mentoria, palestras e todo um aparato para que a CEO pudesse tirar suas ideias do papel e colocá-las em prática. Além disso o programa foi importante pois ajudou no processo de inserção da empresa no universo do empreendedorismo, indústria, startups e etc. Como anteriormente abordado, a empresa conseguiu receber investimento financeiro pelo Inova Maranhão, o que certamente alavancou a ideia e auxiliou na primeira fase do negócio.

É importante ressaltar que a pesquisa ora realizada sofreu algumas limitações, em especial a impossibilidade de realizar uma entrevista presencial com a CEO da startup em comento, em razão da exigência de isolamento social por causa da COVID-19. Além disso, por se tratar de tema de recente discussão no Brasil, ainda se tem pouca produção bibliográfica e acadêmica neste sentido. Entretanto, tais óbices não invalidam a real e atual importância do estudo ora desenvolvido.

Por fim, que esta pesquisa possa contribuir com outros estudos, presentes ou futuros, e seja de utilidade tanto para a comunidade acadêmica quanto para a sociedade em geral, haja vista tratar-se de temática relevante e carente de discussão no cenário brasileiro e, em especial, maranhense.

REFERÊNCIAS

ARRUDA, Carlos; COZZI, Afonso; NOGUEIRA, Vanessa; COSTA, Vinícius da. O Ecossistema Empreendedor Brasileiro de Startups: uma análise dos determinantes do empreendedorismo no Brasil a partir dos pilares da OCDE. Uma análise dos determinantes do empreendedorismo no Brasil a partir dos pilares da OCDE. 2013. Disponível em: https://acervo.ci.fdc.org.br/AcervoDigital/Relat%C3%B3rios%20de%20Pesquisa/Relat%C3%B3rios%20de%20pesquisa%202013/O%20Ecossistema%20Empreendedor%20Brasileiro_12112013.pdf. Acesso em: 15 abr. 2021.

BLANK, Steve. O que eu faço agora? O Ciclo de Vida da Inicialização. 2015. Disponível em: <https://steveblank.com/2015/02/12/what-do-i-do-now/>. Acesso em: 15 abr. 2021.

BLANK, Steve; DORF, Bob. Startup: manual do empreendedor. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014. 572p.

BOTELHO, Raimundo Edson Pinto. O circuito espacial de produção e os círculos de cooperação da soja no Maranhão no período técnico-científico informacional. Dissertação de Mestrado do Programa de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia. Mestrado em Geografia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte – Natal, 2010.

CEPEA, Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada. PIB do agronegócio brasileiro. Disponível em: <https://www.cepea.esalq.usp.br/br/pib-do-agronegocio-brasileiro.aspx>. Acesso em 15 abr. de 2021.

CUNHA FILHO, Marcio Augusto Lassance; REIS, Alessandro Paes dos; ZILBER, Moisés Ari. STARTUPS: do nascimento ao crescimento. Desafios - Revista Interdisciplinar da Universidade Federal do Tocantins, [S.L.], v. 5, n. 3, p. 98-113, 30 set. 2018. Universidade Federal do Tocantins. <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2359-3652.2018v5n3p98>.

DATUM. Tecnologia da Informação: a grande aliada do agronegócio. Disponível em: <https://www.datum.inf.br/tecnologia-da-informacao-a-grande-aliada-do-agronegocio/>. Acesso em: 15 abr. de 2021.

ERP, Portal. Agronegócio. 2012. Disponível em: <https://portalerp.com/agronegocio-2>. Acesso em: 14 abr. de 2021.

FREITAS, B. Z. Incubadoras de Empresas de Base Tecnológica no Estado do Espírito Santo: Situação Atual e Perspectivas Futuras (Dissertação de mestrado). Universidade Federal do Espírito Santo. Vitória, 2018.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Levantamento Sistemático da Produção Agrícola, Pesquisa Mensal de Previsão e acompanhamento de safras agrícolas no ano de 2016. Disponível em: www.ibge.com.br. Acesso em: 14 de abr. 2021.

INVESTOPEDIA. Ecosistema de negócios. 2016. Disponível em: <https://www.investopedia.com/terms/b/business-ecosystem.asp>. Acesso em: 14 abr. de 2021.

LONGHI, Fúlvio. A história da revolução das startups. Publicado por: Imasters, 2011. Disponível em: <https://imasters.com.br/carreira-dev/a-historia-da-revolucao-das-startups>. Acesso em: 15 abr. de 2021.

PERIN, Bruno. A revolução das Startups: O novo mundo de empreendedorismo de alto impacto. 1. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016. 192p.

RAMOS, Pedro de Alencar. O desenvolvimento de startups: um estudo de caso em uma empresa de alimentação. 2015. 143 f. TCC (Graduação) - Curso de Engenharia de Produção, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

RIES, Eric. A startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. Tradução: Texto Editores. São Paulo: Lua de Papel, 2012. 210p.

ROCHA, Ronalty Oliveira. Estratégias de inovação para startups de Tecnologia da informação: uma análise na região nordeste do Brasil. 2018. 241f. Dissertação (Mestrado) - Programa de pós-graduação em administração, Mestrado em administração, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2018.

SOARES, Richardson. Mapeamento do perfil das Startups maranhenses. 2017. 74 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Centro de Ciências Sociais, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2017.

SEBRAE. O que é uma startup. 2014. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-uma-startup,6979b2a178c83410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em 14 abr. de 2021.

TERENZZO, M. O que o empreendedor precisa saber sobre criatividade e inovação. In: GRANDO, Ney (org.). Empreendedorismo inovador: como criar startups de tecnologia no Brasil. São Paulo: Êvora, 2012. 557 p.

TROYJO, Marcos. Mundo passa por um redesenho desglobalizatório, defende diplomata. Publicado por: Folha de São Paulo. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2016/07/1796521-mundo-passa-por-um-redesenho-desglobalizatorio-defende-diplomata.shtml>. Acesso em: 15 abr. de 2021.

XAVIER, L. C. Difusão da inovação: um estudo em startups brasileiras. Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa, 2015. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/tede/7915?locale=en>. Acesso em: 15 abr. de 2021.