



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL  
CAMPUS DE CHAPECÓ  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**DANIMAR PEDROTTI**

**O PERFIL DOS MICRO EMPRESÁRIOS RURAIS UM ESTUDO  
MULTICASOS**

**CHAPECÓ/SC**

**2017**

**PROGRAD/DBIB - Divisão de Bibliotecas**

PEDROTTI, DANIMAR

O PERFIL DOS MICRO EMPRESÁRIOS RURAIS UM ESTUDO  
MULTICASOS / DANIMAR PEDROTTI. -- 2017.  
64 f.:il.

Orientador: FABRÍCIO SIMPLÍCIO MAIA.

Trabalho de conclusão de curso (graduação) -  
Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de  
ADMINISTRAÇÃO , Chapecó, SC, 2017.

1. Micro empresários rurais. 2. Empreendedorismo. 3.  
Características Empreendedoras. I. MAIA, FABRÍCIO  
SIMPLÍCIO, orient. II. Universidade Federal da Fronteira  
Sul. III. Título.

**DANIMAR PEDROTTI**

**O PERFIL DOS MICRO EMPRESÁRIOS RURAIS UM ESTUDO  
MULTICASCOS**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Fabrício Simplício  
Maia

**CHAPECÓ/SC**

**2017**

DANIMAR PEDROTTI

O PERFIL DOS MICRO EMPRESÁRIOS RURAIS UM ESTUDO MULTICASOS

Trabalho de Conclusão do Curso de Administração apresentado como requisito para a obtenção de grau de Bacharelado em Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS.

Orientador (a) Prof.(a): FABRÍCIO SIMPLÍCIO MAIA – UFFS

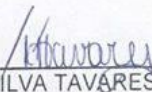
Este trabalho de conclusão de curso foi defendido e aprovado pela banca na data de:  
4 de Dezembro de 2017.



FABRÍCIO SIMPLÍCIO MAIA – Doutor UFFS



EMERSON MOISÉS LABES – Mestre UFFS



TATIANE SILVA TAVARES MAIA – Doutora UFFS

Aos meus pais, que sempre me incentivaram  
a nunca desistir.

## **AGRADECIMENTOS**

À Deus, por me iluminar e abençoar minha vida.

À minha mãe Lourdes e ao meu pai Pedro, pelo carinho e apoio em minha caminhada até aqui. Pelo exemplo e valores transmitidos, os quais foram fundamentais na construção do meu caráter.

À minha irmã Elimar, pelo incentivo e por estar ao meu lado para dividir minha aflições, medos, incertezas.

À minha irmã Daiane, meu cunhado Adriano e meu sobrinho Davi Luiz apesar da distância, sempre torceram por mim para a concretização deste sonho.

Á minha vó Brunica, pelas orações, pela preocupação e carinho.

Ao meu orientador Prof. Dr. Fabrício Simplício Maia pela paciência, dedicação e apoio na realização deste trabalho.

À Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS, e corpo docente do curso de Administração, por contribuírem ativamente com minha formação.

Às colegas de graduação, pelos momentos que passamos juntos, dividindo nossas alegrias e tristezas, sonhos e angústias. Á Fabiana e Ana Paula, pelo incentivo, pelo apoio por estarem do meu lado e ouvirem todas as minhas preocupações e incertezas no período de TCC.

Aos amigos que fizeram parte da minha vida nesta trajetória, pela amizade e companheirismo. Vocês foram minha segunda família. Em especial as minhas amigas Cleo, Jessica e Luana por sempre me apoiarem e pelo carinho.

“As pessoas vencedoras não são aquelas que nunca falham.  
São aquelas que nunca desistem”

(Autor desconhecido)

## RESUMO<sup>1</sup>

O Brasil vem se destacando no quesito empreendedorismo devido a criatividade das pessoas em desenvolver soluções inovadoras para superar as dificuldades que enfrentam no dia a dia. O agronegócio é um dos setores da economia com maior capacidade de geração de empregos, ainda a agricultura é um dos pilares da economia brasileira. Sendo necessário que o produtor rural passe a ver o seu negócio com um empreendimento. A pesquisa desenvolvida foi de abordagem qualitativa foram utilizadas técnicas de pesquisa se utilizaram a pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e de campo. O objeto de pesquisa correspondeu a pesquisa com micro empresários rurais no município de Chapecó/SC. A coleta dos dados foi orientada por um questionário elaborado com base na nas teorias sobre características empreendedoras, foi realizada a técnica de observações, pesquisa documental. A apresentação dos dados foi estruturada em: 1) Características do perfil dos entrevistados, 2) Características empreendedoras; 3) Motivação empreendedora; 4) Autocontrole; 5) Propensão a assumir riscos; 6) Necessidade ou Oportunidade. Os resultados obtidos demonstraram que existem produtores rurais que podem ser considerados empreendedores devido as habilidades ou características que estes possuem e também produtores rurais que ainda necessitam de apoio para encarar as atividades desenvolvidas como um negócio. Como considerações finais da pesquisa evidencia-se que é necessário maior estudo sobre o tema de empreendedorismo rural.

Palavras-chave: Micro empresários rurais, Empreendedorismo e Características Empreendedoras.

---

<sup>1</sup> *Este estudo faz parte do projeto: Características empreendedoras dos gestores de micro empresas rurais da Região Oeste de Santa Catarina” sob a coordenação do Prof. Dr. Fabrício Simplicio Maia.*



## ABSTRACT<sup>2</sup>

Brazil has been standing out in the matter of entrepreneurship due to the creativity of the people in developing innovative solutions to overcome the difficulties that they face in the day to day. Agribusiness is one of the sectors of the economy with the greatest capacity to generate jobs, yet agriculture is one of the pillars of the Brazilian economy. It is necessary that the field producer happens to see his business with a venture. The research developed was of a qualitative approach. Research techniques were used if bibliographical research, documentary and field research were used. The research object corresponded to research with field little entrepreneurs in the municipality of Chapecó / SC. The data collection was guided by a questionnaire elaborated based on the theories about entrepreneurial characteristics, the technique of observations, documental research was carried out. The presentation of the data was structured in: 1) Profile characteristics of the interviewees, 2) Entrepreneurial characteristics; 3) Entrepreneurial motivation; 4) Self-control; 5) Propensity to take risks; 6) Need or Opportunity. The results showed that there are rural producers who can be considered entrepreneurs because of the skills or characteristics they have and also rural producers who still need support to face the activities developed as a business. Considerations of the research it is evidenced that more studies are needed on the subject of rural entrepreneurship.

Keywords: Field little entrepreneurs, Entrepreneurship and Entrepreneurial Characteristics.

---

<sup>2</sup> *This study is part of the project: Entrepreneurial characteristics of managers of field little enterprises in the Western Region of Santa Catarina "under the coordination of Prof. Dr. Fabrício Simplicio Maia.*

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Estabelecimentos agropecuários .....	14
Quadro 2 - Processo empreendedor .....	26
Quadro 3 - Características dos empreendedores de sucesso. ....	28
Quadro 4 - Habilidades Empreendedoras interpessoais .....	29
Quadro 5 -Semelhanças e diferenças entre empreendedorismo e intra-empreendedorismo. ....	30
Quadro 6 - Características dos empreendedores de sucesso. ....	31
Quadro 7 - Comparação entre empreendedores e gerentes tradicionais.....	32
Quadro 8 - Atividades desenvolvidas.....	42
Quadro 9 - Tempo de negócio.....	42

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Cadeia de Valores.....	17
Figura 2 - Agricultura familiar e os mercados de alimentos .....	20
Figura 3 - Fatores que influenciam no processo empreendedor.....	23
Figura 4 - O processo empreendedor na visão de Timmons. ....	25
Figura 5 - Habilidades Empreendedoras .....	29
Figura 6 Estrutura Fundiária de Chapecó em 2010.....	39
Figura 7 Elos das Necessidades .....	48

## **LISTA DE SIGLAS**

CNA	Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil
FEPESE	Fundação de Estudos e Pesquisas Socioeconômicos
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
PIB	Produto Interno Bruto
PRONAF	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEDEMA	Secretaria de Desenvolvimento Rural e Meio Ambiente
SOFTEX	Sociedade Brasileira para Exportação de Software

## SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO .....	11
2.	OBJETIVOS .....	13
2.1.1.	OBJETIVO GERAL.....	13
2.1.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	13
2.2.	JUSTIFICATIVA .....	13
3.	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	15
3.1.	AGRONEGÓCIO .....	15
3.2.	AGRICULTURA FAMILIAR .....	18
3.3.	EMPREENDEDORISMO: Origem e Conceitos .....	21
3.4.	EMPREENDEDORISMO RURAL.....	34
4.	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....	37
4.1.	TIPO DE PESQUISA .....	37
4.2.	UNIVERSO DA POPULAÇÃO .....	38
4.3.	PLANO DE COLETA DE DADOS .....	40
5.	ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS .....	41
5.1.	CARACTERÍSTICAS DO PERFIL DOS ENTREVISTADOS .....	41
5.2.	CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS .....	43
5.3.	MOTIVAÇÃO EMPREENDEDORA.....	47
5.4.	AUTOCONTROLE .....	47
5.5.	PROPENSÃO A ASSUMIR RISCOS .....	49
5.6.	NECESSIDADE OU OPORTUNIDADE.....	50
6.	CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	52
7.	REFERÊNCIAS .....	54
	APÊNDICE A – Instrumento de coleta de dados.....	58
	APÊNDICE B – Termo De Consentimento Livre e Esclarecido .....	60

## 1. INTRODUÇÃO

O Brasil vem se destacando no quesito empreendedorismo devido a criatividade das pessoas em desenvolver soluções inovadoras para superar as dificuldades que enfrentam no dia a dia. Outro destaque se dá à habilidade de identificar oportunidades e como lidar com as mudanças no ambiente externo (macroeconomia) que ocorrem. No setor do agronegócio os pequenos agricultores cada dia mais precisam inovar para se manter competitivos no mercado sendo necessário muitas vezes empreender para buscar mais espaço na cadeia produtiva que movimenta a nossa economia.

Para empreender primeiramente segundo Bernardi (2012) deve-se observar, e analisar as atividades, tendências, bem como a cultura e a sociedade quanto seus hábitos sociais e de consumo para assim estabelecer um empreendimento.

Deste modo, quando observado o agronegócio conforme Bus e Silva (2011) expõem é um dos setores da economia com maior capacidade de geração de empregos que estão diretamente ligados à produção de produtos derivados da agricultura e pecuária é um dos maiores incentivadores para outras atividades ao longo da cadeia produtiva. O seu resultado contribui para expansão dos bens e serviços produzidos na indústria e no comércio, já que o agronegócio é base de tudo o que é produzido e comercializado no mercado, aumentando também a oferta de produtos e empregos além de gerar inúmeros outros benefícios ao longo das cadeias produtivas.

Silva (2013) acrescenta ainda que a agricultura é um dos pilares da economia brasileira, o setor do agronegócio no ano de 2017 segundo estimativa da Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA) terá crescimento entre 2,5% a 3% em relação ao ano de 2016 chegando há 23% de participação na composição do PIB, é a tendência e o crescimento da participação deste setor na economia, isto representa uma vantagem no desenvolvimento do país afinal o agronegócio é apontado como âncora do processo de sustentabilidade do desenvolvimento econômico vivenciado no Brasil desde 1994 após a consolidação da economia brasileira através do plano real até os dias atuais. (ANDRADE, GONTIJO, FRANÇA, 2011)

Em destaque aos aspectos organizacionais, uma empresa rural ou agrícola de acordo com Bus e Silva (2011) possui as mesmas características de uma organização

industrial ou de serviços, porém possui algumas particularidades, sua maior dificuldade para gerenciar e a falta de conhecimento das técnicas da administração em benefício da empresa.

Conforme Avila, Avila e Ferreira (2003), as pesquisas do setor rural devem ser voltadas no sentido de aumentar a produção sem observar as tendências do mercado, ocasionando um excedente de produção diminuindo os preços. O setor rural deve romper a tradição de unicamente produzir, é necessário que o produtor rural conheça os caminhos que seu produto percorre sua tendência e evolução de seu produto.

Andrade, Gontijo, França(2011) afirmam que a administração proporciona aos gestores realizarem o planejamento das atividades de controle do processo de gestão. As ferramentas de gestão no processo são essências para a maximização dos fatores de produção para elevação da rentabilidade dos empreendimentos.

Sendo necessário que o produtor rural passe a ver o seu negócio com um empreendimento. Conforme o conceito “a ideia de um empreendimento surge da observação, da percepção e análise de atividades, tendências e desenvolvimentos, na cultura, na sociedade, nos hábitos sociais e de consumo (BERNANDI,2012 p. 63). Ainda um empreendimento nasce de habilidades, gosto, experiência, ideias inovadoras ou criação de novas formas de negócio.

Segundo Degen (2012) o agronegócio representa um cenário propício para oportunidades de empreender, pois hoje o brasil já exporta da demanda mundial 60% dos frangos, 50% do etanol, 40% do açúcar, 36% da soja, 28% do café, 12% dos suínos, 6% do milho, e 5% do algodão. Este sucesso deve-se aos empreendedores rurais que superam as diversas eficiências na cadeia produtiva. As oportunidades para agronegócios no brasil são muitas depende dos interesses de cada empreendedor e das oportunidades que mais se adaptarem ao os objetivos a serem seguidos.

Andrade, Gontijo, França (2011) afirmam que o empreendimento rural é tradicionalmente caracterizado pela utilização de equipamentos agrícolas de baixa tecnologia, sua estrutura organizacional é familiar as decisões são tomadas de forma empírica e os resultados obtidos dependem da política agrícola, das condições climáticas e interesses dos agentes de comercialização e à escolha do tipo de produção.

Dessa forma o empreendedorismo auxilia os proprietários rurais no constante processo de desenvolvimento e conhecimento, onde são necessários processos de capacitação, pois todo e qualquer tipo de desenvolvimento seja ele rural ou urbano exige uma capacitação mais adequada, onde as pessoas precisam estarem mais envolvidas, utilizando-se de seus recursos intelectuais e materiais.

Diante do exposto, esse estudo apresenta o seguinte problema de pesquisa: Como pode ser caracterizado o perfil do micro empresário rural?

## **2. OBJETIVOS**

Nesta secção são apresentados os objetivos, geral e específico, que nortearam o desenvolvimento da pesquisa.

### **2.1.1. Objetivo geral**

Descrever o perfil dos pequenos empresários rurais do município de Chapecó/SC.

### **2.1.2. Objetivos específicos**

- a) Descrever as atividades desenvolvidas nas propriedades rurais;
- b) Descrever o perfil sócio e econômico dos pequenos empresários rurais;
- c) Descrever as habilidades empreendedoras dos micros proprietários rurais.

## **2.2. JUSTIFICATIVA**

A justificativa deste trabalho ocorre devido importância que o produtor rural tem na economia pois além de realizar produção para seu próprio consumo, passou a comercializa-los, movimentando a economia local gerando também novas oportunidades de trabalho e renda. Sendo assim essas atividades possuem papel fundamental na composição da renda desses agricultores.

Dados da Fundação de Pesquisas e Estudos Socioeconômicos (Fepese) apontam que em 2010 Santa Catarina foi a 7ª economia do país, considerando como parâmetro o valor do PIB anual. Sendo que Santa Catarina se destaca devido o perfil característico da produção agrícola está fortemente associado à maior extensão de terra para seu desenvolvimento. A região Oeste é tida como a principal região agrícola, de forte



predominância da pequena propriedade, sendo que nela se concentra praticamente 50% da produção agropecuária, com destaque para a produção animal e a lavoura temporária. Dentre os principais produtos, estão aves, suínos, milho, soja e maçã. Os municípios principais que fazem parte da região oeste são: Chapecó, Joaçaba, Concórdia, São Miguel do Oeste, Campos Novos, Xanxerê.

Dados do IBGE do Censo Agropecuário 2006 demonstram o número expressivo do total de estabelecimentos de agricultura familiar no estado de Santa Catarina. Conforme quadro a seguir um total de 87,02% foram classificados como estabelecimentos de agricultura familiar. Estes dados colocaram Santa Catarina como um dos estados com maiores percentuais de agricultores familiares do Brasil. A seguir quadro de estabelecimentos agropecuários:

Quadro 1- Estabelecimentos agropecuários

Tipo de Agricultura	Estabelecimentos Agropecuários		Área (ha)	
	Total de estabelecimentos	Percentual (%)	Área total (ha)	Percentual (%)
Familiar	168.544	87,02%	2.645.088	43,79%
Não Familiar	25.119	12,97%	3.395.047	56,20%
Total	193.663	100%	6.040.134	100%

Fonte: IBGE - Censo Agropecuário 2006.

A agricultura representa uma atividade com alto impacto na economia. O Brasil é visto como uma potência mundial na produção de alimentos, fatores que contribuíram para esta produção de alimentos são terras férteis, abundância de água, clima favorável e inovações tecnológicas que ajudam a melhorar as técnicas de produção.

Devido a esses fatores faz-se necessário conhecer melhor como os pequenos empresários rurais que são peças chaves para manutenção da cadeia produtiva, que gera tantas riquezas, empregos e distribui melhor a renda no país. Sendo assim necessitasse de uma maior percepção da importância no fomento do empreendedorismo rural.

Também o tema em questão é justificado por meio do fato de que esse estudo faz parte do projeto de pesquisa intitulado “Características empreendedoras dos gestores de micro empresários rurais da Região Oeste de Santa Catarina”.

### 3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta secção será apresentado o referencial teórico que irá fundamentar o estudo. Portanto, serão abordadas teorias referentes agronegócio, agricultura familiar, empreendedorismo, empreendedorismo rural.

#### 3.1. AGRONEGÓCIO

Araújo (2007) afirma que a evolução socioeconômica mudou a fisionomia das propriedades rurais nos últimos 50 anos no Brasil. A população rural passou a migrar para as cidades com isso as propriedades que antes eram auto suficientes precisaram se especializar somente em determinadas atividades, depender sempre mais de insumos e serviços que não são seus; gerando excedentes de consumo e abastecendo os mercados; além de enfrentar a globalização e a internacionalização da economia e necessidade de informações externas.

A agricultura ou setor primário segundo Araújo (2007) passou a depender de muitos serviços, máquinas e insumos que vêm de fora. E os segmentos de produção, infraestrutura, agroindústrias, mercados atacadista e varejista, exportação assumem funções próprias cada dia mais especializadas, mas compondo um elo importante em todo o processo produtivo e comercial de cada produto agropecuário.

Araújo (2007) complementa que ao analisar esse processo os professores da Universidade Harvard, John Davis e Ray Goldberg em 1957 definiram um novo conceito para a agricultura, criando o termo *agribusiness*, e definindo-o como:

*" o conjunto de todas as operações e transações envolvidas desde a fabricação dos insumos agropecuários, das operações de produção nas unidades agropecuárias, até o processamento e distribuição e consumo dos produtos agropecuários 'in natura' ou industrializados"*  
(ARAÚJO, 2007p.13)

De acordo com Bus e Silva (2011 p.3) o agronegócio “é o conjunto de negócios que estão relacionados à agricultura, dentro do ponto de vista econômico. Sendo que esta relação industrial e comercial que envolve a cadeia produtiva pecuária e ou agrícola.” O agronegócio é formado por atividades interdependentes da agropecuária, sendo que, suas principais atividades são, fornecimento de máquinas, equipamentos e insumos agrícolas e o processamento industrial, de distribuição e serviços. Balbino e Lima (2015).

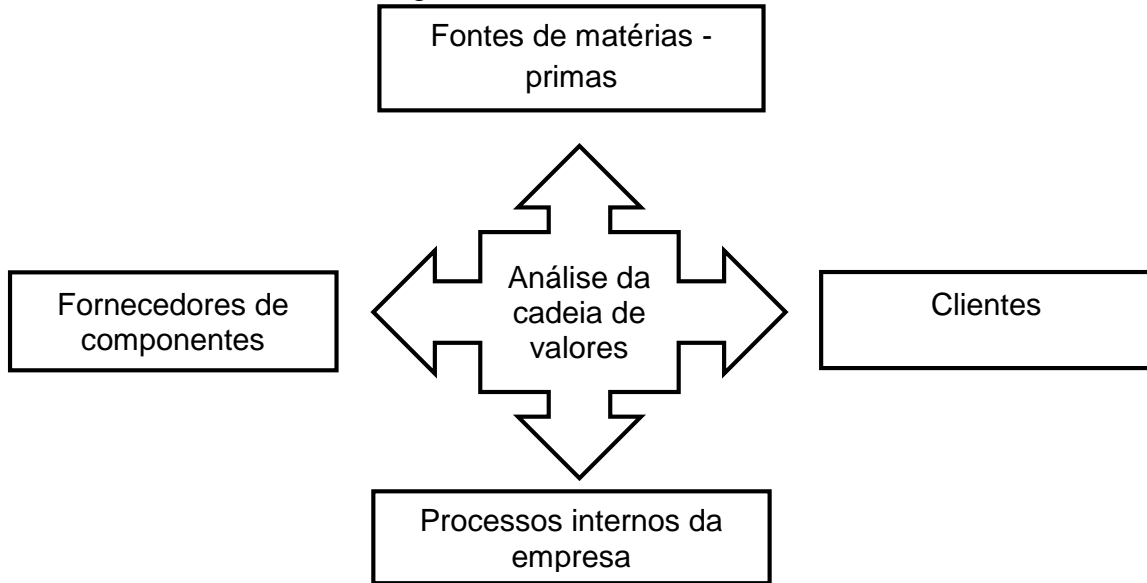
Bus e Silva (2011) afirma que o agronegócio pode ser dividido em três partes: “dentro da porteira”, “pré-porteira” e “pós-porteira”.

- **Dentro da porteira:** trata-se dos negócios agropecuários propriamente ditos, representado pelos produtores rurais, indiferente do tamanho (pequenos, médios ou grandes produtores), constituídos na forma de pessoas física ou jurídica.
- **Pré-porteira:** são os negócios inerentes aos da agropecuária, representados pelas indústrias e comércios que fornecem insumos para a produção rural. Como por exemplo, os fabricantes de defensivos químicos, equipamentos, fertilizantes, etc.
- **Pós-porteira:** são os negócios posteriores dos negócios agropecuários; é onde está à compra, transporte, beneficiamento e venda dos produtos agropecuários, até chegar ao consumidor final. Os frigoríficos, as indústrias têxteis e calçadistas, distribuidores de alimentos e supermercados exemplificam esta etapa. (BUS e SILVA,2011 p.3)

Complementando Balbino e Lima (2015) o agronegócio é uma cadeia produtiva que possui elos entrelaçados ocasionando transformações mercadológicas que são além dos limites físicos da propriedade (dentro da porteira) dependendo, cada dia mais de insumos produzidos fora da propriedade rural, o que produz um relacionamento com o mercado consumidor, possuindo diferentes agentes no processo produtivo, inclusive o agricultor, em uma permanente negociação de quantidades e preços.

Balbino e Lima (2015) a cadeia de valores quando estrutura proporciona competitividade para a empresa desta forma estabelece uma posição estratégica de seus negócios. A figura a seguir representa a cadeia de valores.

Figura 1- Cadeia de Valores



Fonte: Wernke (2008, p. 65).

Ainda Bus e Silva (2011) afirma ainda que o agronegócio em uma cadeia produtiva que possui seus elos entrelaçados e interligados. A economia brasileira tem influência do agronegócio com o começo da exploração do pau brasil, dos ciclos da cana-de-açúcar, borracha, café e da soja que nos últimos anos tornou-se uma das principais commodities do Brasil.

A evolução segundo Bus e Silva (2011) no decorrer dos anos ao longo da cadeia produtiva abriu novos caminhos para a agroindústria, tornando o Brasil uma forte potência mundial no agronegócio, na produção agrícola, na pecuária ou nas demais produções que estão ligadas a cadeia.

Araújo (2007) apresenta algumas especificidades da produção agropecuária tais como:

- Sazonalidade da produção: a produção depende do clima de cada região, períodos de safra(abundância) e de entres safra (falta ou diminuição) de produtos, além de variação dos preços nesses períodos.
- Influência de fatores biológicos (doenças e pragas): o surgimento de doenças ou pragas no campo ou após a colheita podem elevar os custos de produção para combater elas.

- Percibilidade rápida: alguns produtos produzidos possuem o ciclo de vida muito curto, necessitando de cuidados específicos para aumentar seu tempo vida.

Segundo Guilhoto et al (2006) o agronegócio familiar faz parte da história do Brasil. Sendo que este contribui significativamente para o desenvolvimento da economia, gerando novos empregos, aumento da renda familiar, diversificação dos produtos, aumento da qualidade dos produtos entre outras contribuições.

### 3.2. Agricultura familiar

Souza *et al* (2015) o setor da agricultura possui forte influência na economia brasileira, sendo responsável pela elevação na balança comercial dos últimos anos. Neste contexto, agricultura familiar destaca-se devido sua contribuição na economia, agricultura familiar é “aquela na qual a propriedade, a gestão e a maior parte do trabalho são oriundas de pessoas que mantêm entre si vínculos de sangue ou de casamento” (SOUZA *et al* 2015 p 2.)

De acordo com Leite, Guse e Hein (2017) uma empresa familiar é considerada aquela que exerça influência sobre as diretrizes empresariais, sobre os interesses e os objetivos da família; as ações de um membro da família exercem influência sobre a reputação da empresa; os membros da família sentem-se obrigados a possuir ações da empresa por razões que não são exclusivamente financeiras.

Ainda segundo Leite, Guse e Hein (2017) as seguintes situações caracterizam uma empresa familiar: a empresa ser de propriedade de uma família, ser detentora da totalidade ou da maioria das ações de forma a ter o seu controle econômico; a família ter a gestão da empresa, cabendo a ela a definição dos objetivos, das diretrizes e das políticas e; a família ser responsável pela administração.

Leite, Guse e Hein (2017) nas empresas familiares o valor mais importante é o laço familiar e as decisões tomadas são discutidas em família, o que também por muitas vezes conflitos de interesses. Ainda segundo as empresas familiares exercem fortes influências nas economias dos países desenvolvidos quanto de países em desenvolvimento

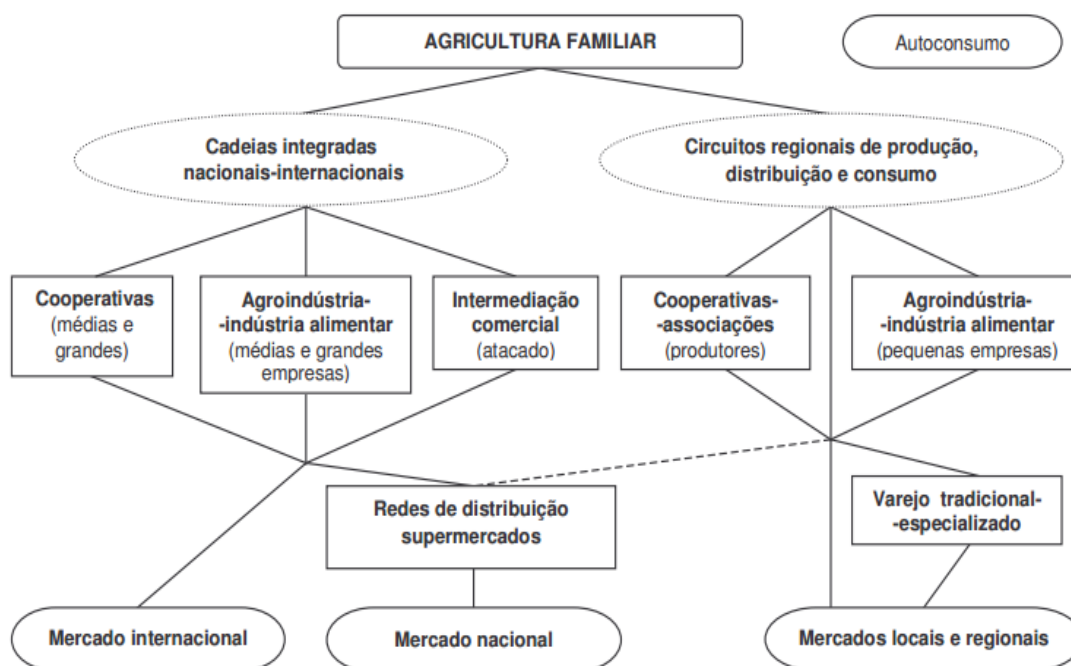
Balbino e Lima (2015) afirmam que uma empresa rural desenvolve suas atividades por meio de processos artesanais e domésticos que buscam aumentar a diversidade e durabilidade dos produtos produzidos. Seu objetivo é o beneficiamento de produtos agropecuários produzidos na propriedade, e seja produzido pela força do trabalho familiar.

Maluf (2004) afirma que a base da agricultura familiar proporciona uma ocupação social do espaço agrário. Os pequenos produtores de alimentos promovem a igualdade e a inclusão social e uma maior e mais diversificada oferta de alimentos à população produzidos, gerando renda, e alimentos de qualidade e diversificados.

Dados da Secretaria de Agricultura Familiar (SAF/MDA) apontam que 70% de todos alimentos consumidos pelos brasileiros são proveniente da agricultura familiar. O empreendedor rural ocupa papel decisivo na cadeia produtiva que abastece o mercado brasileiro: mandioca (87%), feijão (70%), carne suína (59%), leite (58%), carne de aves (50%) e milho (46%) são alguns grupos de alimentos produzidos na agricultura familiar.

Ainda Maluf (2004) afirma que a agricultura diversificada oferece possibilidades e estabelece vínculos produtivos e comerciais, voltados para a produção, a distribuição e o consumo de alimentos diferenciados, trazendo benefícios para os pequenos agricultores e para os consumidores. A figura a seguir representa o mercado de alimentos da agricultura familiar.

Figura 2 - Agricultura familiar e os mercados de alimentos



Fonte: Maluf 2004

Mello e Schneider (2009) na agricultura familiar a própria família produz, processa ou transforma suas matérias primas como objetivo de comercializa-las depois de processadas. A maior parte da matéria-prima é de origem própria, utiliza máquinas e equipamentos mais simples e, em geral, a produção se dá por processos artesanais.

Konrad e Silva (2012) afirma que agricultura familiar busca a autossuficiência, melhorando o aproveitamento das terras e da mão-de obra durante todo o ano. Buscando assim diminuir os riscos de perda, caso ocorra alguma adversidade climática.

Ferrari (2011) na agricultura familiar faz se necessário a criação de estratégias entre as cadeias produtivas para assim ganhar mais autonomia e melhorias nos processos de desenvolvimento rural. Diante disso o agricultor ainda enfrenta alguns desafios para manter-se competitivo no mercado como: habilidade e conhecimento para se aventurar em novos mercados, inovação, diversificação dos produtos, estratégias de divulgação dos produtos, organização em redes, tendências de consumo, recursos escassos e apoio público.

Ainda Ferrari (2011) apresenta uma vantagem devido as mudanças no padrão de consumo nos últimos anos que seus produtos estão ligados a tradição família, a natureza,

ao artesanato e a sustentabilidade este conjunto de valores ganharam força entre os consumidores urbanos.

Mello e Schneider (2009) a partir dos 1980 a agricultura familiar na região oeste catarinense começa um processo articulação com o complexo agroindustrial para melhor o desenvolvimento regional e o bem estar dos envolvidos. Então a região Oeste de Santa Catarina na sua grande maioria constituída pelos agricultores familiares e suas onde pode-se destacar a agro industrialização familiar que é realizada tanto de forma individual como coletiva.

Ferrari (2011) o estado de santa Catarina em quase todo o seu território agricultura familiar e predominante, ela se divide em pequenas propriedades com características de produção diversificado de alimentos de origem vegetal e animal. Sendo também os principais fornecedores de matérias primas para a transformação e produção industrial.

Diante disso Ferrai (2011) afirma que surge uma nova dinâmica na agricultura familiar catarinense o surgimento de pequenos empreendimentos familiares no meio rural, que vem reconfigurando os processos sociais e proporcionando maior desenvolvimento econômico para a região.

### 3.3. EMPREENDEDORISMO: ORIGEM E CONCEITOS

De acordo com Donato (2014) o empreendedorismo possui papel cada vez mais significativo no desenvolvimento econômico do país. Ainda o empreendedorismo é considerado como o principal responsável pelo progresso dos fatores de produção, que proporciona aumento do consumo e acesso a melhores bens e serviços, condições de trabalho e mais expectativa de vida melhor nas pessoas.

Acrescentando Degen (2009) apresenta o significado da palavra empreendedor, trata-se da derivação da palavra inglesa entre *entrepreneur*, que vem da palavra de *entreprendre* do francês antigo formada pela palavra *entre*, derivado do latim *inter* – que tem por significado reciprocidade - e *preneur* derivada do latim *prehendere* – que significa comprador. Ainda o autor define empreendedor como aquele que tem visão do negócio e não mede esforços para realizar o empreendimento. Sua principal realização e a concretização de sua ideia.



O empreendedorismo é definido como “o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas à criação de negócios de sucesso” (DORNELAS, 2012 p. 28) acrescentando mais antiga definição do termo empreendedor e do autor Joseph Schumpeter (1949) apud Dornelas (2012) “O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais.

Complementado as definições empreendedorismo, este também conceituado como “o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais, recebendo recompensa a satisfação pessoal e financeira” (HISRICH, PETERS E SHEPHERD, 2009 p. 30)

No ano de 1990 segundo Dornelas (2012) o empreendedorismo começou a se destacar no Brasil quando surgiram o Sebrae (Sociedade Brasileira de Apoio às micro e pequenas empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software). O Sebrae é a entidade mais conhecida pelo seu suporte que é oferecido para a criação de um novo empreendimento ou pelas suas consultorias de suporte ao empreendedor. A Softex busca levar as empresas de software do país para o mercado externo.

Santos (2011) afirma que o empreendedor pode ser considerado uma pessoa que é capaz de transformar seus sonhos empreendedores ou objetivos em uma empresa viável, é aquele não espera outras pessoas resolverem seus problemas ele mesmo resolve, tem iniciativa própria para achar soluções e sente-se motivado por aquilo que desenvolve.

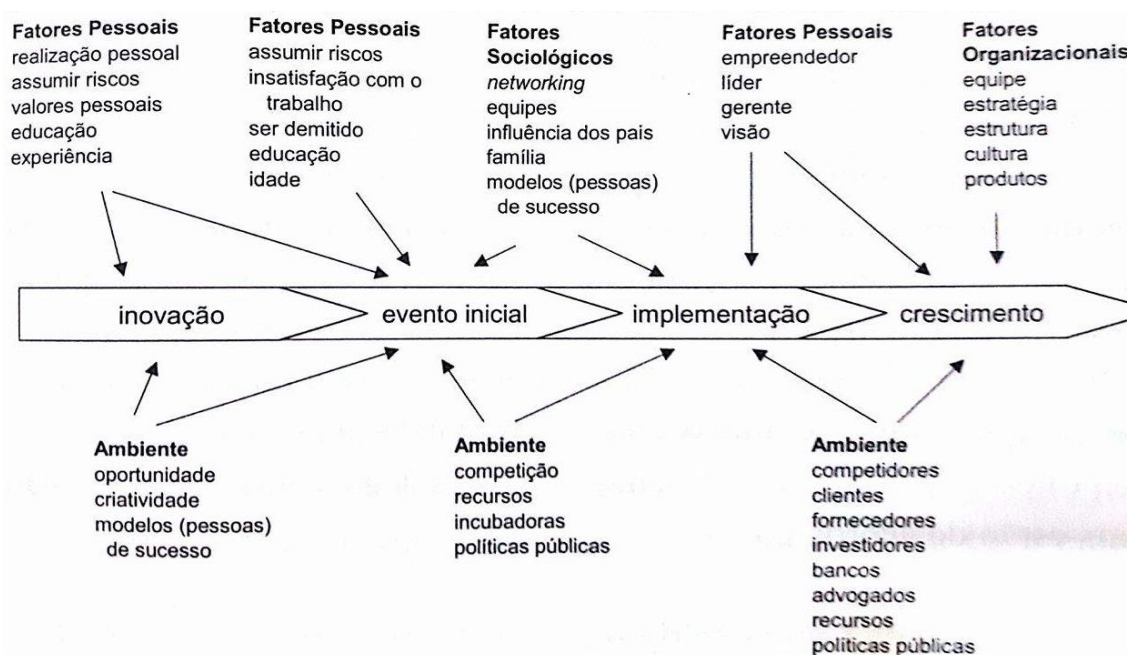
Sob esta visão Verga e Soares (2014) descrevem o empreendedor como: aquele que toma decisões de coordenação de recursos escassos e que está ligado a inovação por meio da criação e crescimento de uma empresa. Pinho e Thompson (2016) afirmam que a atividade empreendedora envolve a descoberta, avaliação e exploração de oportunidades associadas a disponibilização de novos produtos e serviços no mercado e administração dos recursos escassos. Complementando:

“A função dos empreendedores é reformar ou revolucionar o padrão de produção, explorando uma invenção ou, geralmente, uma possibilidade tecnológica ainda não experimentada para a produção de um novo bem ou para a produção de um bem antigo em uma nova forma, por meio da abertura de

uma nova fonte de oferta de material empreendedor ou um novo tipo de produto, ao reorganizar uma indústria.” (SAKAR 2008 p.20)

Ainda Dornelas (2012) a decisão de empreender ocorre por diversos fatores como: fatores externos, ambientais e sociais, a aptidões pessoais este são proporcionam o surgimento de novo negócio ou a expansão de um negócio já existente. A figura a seguir exemplifica os fatores que influenciam durante cada fase empreendedora.

Figura 3 - Fatores que influenciam no processo empreendedor.



Fonte: Dornelas, 2012 p31 adaptado de Moore,1986.

Complementando empreendedor “é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela assumindo os riscos calculados” (DORNELAS, 2012 p. 29). Ainda Dornelas cita os seguintes aspectos do empreendedor:

- Tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz.
- Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive.
- Aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade fracassar.

Schumpeter (1961) apud Donato (2014) foi percussor a mencionar que empresários bem sucedidos descobrem oportunidades através da criatividade, tornando seus negócios mais competitivos no mercado. Complementando “quanto mais

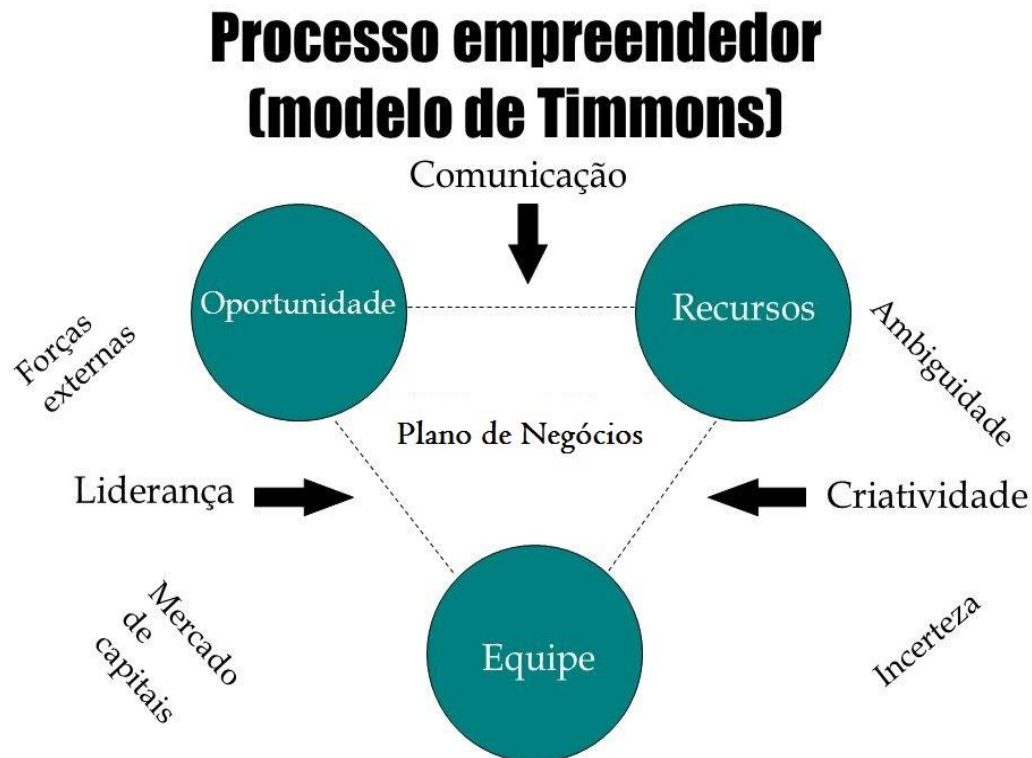
predisposição para observar e compreender o negócio o empreendedor tiver, mais ideias coletará.” (DEGEN, 2009 p.30)

Empreendedores segundo Donato (2014) podem buscar informações para influenciar a descoberta de uma nova oportunidade nas mudanças tecnológicas, sócias, demográficas, políticas ou regulatórias. A oportunidade para Schumpeter (1961) apud Donato (2014) é definida como e um processo de perceber e reconhecer que ela existe.

Complementado Donato (2014) caracteriza oportunidade como possível potencial de lucro de uma situação, novos bens ou serviços, matérias- primas, sendo vendidos no preço maior que produzi-los. Ainda “o talento de empreender resulta de percepção, direção, dedicação e de muito trabalho dessas pessoas. Onde existe esse talento, há oportunidade de crescer, diversificar e desenvolver novos negócios” (DORNELAS, 2012 p.32)

Para Timmons (1994) apud Dornelas (2012) o planejamento e a ferramenta chave para que o empreendedor e sua equipe avaliem as oportunidades além de identificar e alocar os recursos necessários, ao longo do processo e necessário saber lidar com os riscos e incertezas que surgirem e por fim analisar as possibilidades e as consequências do negócio. A figura a seguir apresenta os 3 fatores do processo empreendedor.

Figura 4 - O processo empreendedor na visão de Timmons.



Fonte: Dornelas (2012 p.36) traduzido pela autora 2017.

Hisrich, Peters e Shepherd, (2009) apresentam 4 fases do processo empreendedor que são elas: (1) Identificação e avaliação de oportunidade. (2) Desenvolvimento do plano de negócio. (3) Determinação dos recursos necessários. (4) Administração de empresa resultante. Dornelas (2012) destaca três fatores importantes que o empreendedor deve priorizar:

- a. A oportunidade deve ser analisada para que se tome a melhor decisão de continuar ou não com o projeto.
- b. E necessário uma equipe empreendedora que esteja envolvida com o projeto.
- c. Determinar quais os recursos necessários, como consegui-los e onde conseguir eles.

Ainda Dornelas (2012) descreve o processo empreendedor conforme quadro a seguir:

## Quadro 2 - Processo empreendedor

Identificar e avaliar a oportunidade	Desenvolver o plano de negócios	Determinar e captar os recursos necessários	Gerenciar a empresa criada
<p>Criação e abrangência da oportunidade, valores percebidos e reais oportunidade;</p> <p>Riscos e retorno da oportunidade;</p> <p>Oportunidade versus habilidades e metas pessoais situação dos competidores</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sumário executivo</li> <li>2. O conceito do negocio</li> <li>3. Equipe de gestão</li> <li>4. Mercado de competidores</li> <li>5. Marketing e vendas</li> <li>6. Estrutura e operação</li> <li>7. Análise estratégica</li> <li>8. Plano financeiro</li> <li>9. Anexos</li> </ol>	<p>Recursos pessoais;</p> <p>Recursos de amigos e parentes;</p> <p><i>Angels</i>;</p> <p>Capitalistas de risco;</p> <p>Bancos;</p> <p>Governo;</p> <p>Incubadoras;</p>	<p>Estilos de gestão fatores críticos de sucesso;</p> <p>Identificar problemas atuais e potenciais;</p> <p>Implementar um sistema de controle;</p> <p>Profissionalizar a gestão;</p> <p>Entrar em novos mercados.</p>

Fonte: Dornelas (2012.p33) adaptado de Hisrich 1998.

Bernardi (2012) define algumas motivações e razões para empreender que são: necessidade de realização; implementação de ideias; independência; fuga da rotina profissional; maiores responsabilidades e riscos; prova de capacidade; auto realização; maior ganho; controle da qualidade de vida. Dornelas (2012) corrobora com Bernardi (2012), quando descreve que os empreendedores são pessoas que possuem uma motivação singular, que são apaixonadas pelo o que fazem, procuram se destacar na multidão, buscam ser reconhecidas pelos serviços prestados, elas têm por objetivo deixar um legado.

Druker (2012) afirma que empreendedores seja qualquer a sua motivação buscam criar valor ou deixar sua contribuição sobre aquele empreendimento. Os empreendedores querem sempre mais, não se contendo com o simples, procuram sempre estar em constante evolução modificando ou criando novos valores, convertendo material em recurso ou extraindo uma melhor configuração para este recurso. Ainda “cada pessoa atribui um nível de importância as motivações, independente do grau de persistência e obstinação típicas do empreendedor, os custos e benefícios pessoais adquirem graus de conflito diferenciados.” (BERNARDI, 2012 p. 66)

De acordo com Degen (2009) o empreendedor precisa aprender a observar, conhecer e analisar o negócio reconhecendo formas de sucesso e de possíveis fracassos.

Também é necessário criatividade para fazer possíveis associações simples que podem se transformar em negócio de grande sucesso. Ainda o autor define duas características do perfil do empreendedor que são elas: “não se conformar com o mundo e tentar adaptar o mundo a si, ter grande necessidade de realizar e disposição de assumir riscos e fazer sacrifícios pessoais necessários para ter sucesso. (DEGEN 2009 p.15)

Santos (2011) afirma que o homem busca empreender para satisfazer suas necessidades materiais, além de historicamente toda a ação humana consiste em buscar meios para continuar sobrevivendo. A medida que a satisfação é alcançada, então criam-se novas relações entre os indivíduos no constante ciclo de evolução empreendedor.

Os empreendedores segundo Donato (2014) iniciam a construção de seu negócio utilizando recurso que dispõem, com o conhecimento que possuem e traçam sua meta com o tempo e aspirações suas e de pessoas com quem se relacionam.

Custódio, Tófoli e Nogueira (2011) afirma empreendedorismo proporciona à visualização de oportunidades de negócios, onde existe uma busca por inovações, assumindo riscos calculados com a intenção de obter renda, reconhecimento e crescimento no mercado. O empreendedor deve desenvolver um cenário otimista dentro da organização, sendo capaz de enfrentar obstáculos internos e externos, sabendo olhar além das dificuldades, com foco no melhor resultado e em seus objetivos traçados.

Hisrich, Peters e Shepherd (2009) também afirmam que os empreendedores precisam agir e tomar decisões mesmo em situações de incertezas, sendo que esboçam uma reação as incertezas e modificam uma situação por meio de ações empreendedoras, onde a ação empreendedora se torna uma possível oportunidade de lucro.

Ainda Hisrich, Peters e Shepherd (2009) frequentemente os empreendedores precisam raciocinar de modo diferente dos demais para tomar decisões em ambientes altamente inseguros, intensas pressões de tempo e investimento emocional. O empreendedor precisa (1) executar, (2) se adaptar de modo cognitivo, (3) apreender com o fracasso.

Bernardi (2012) traçou um perfil de algumas características típicas e de personalidade dos empreendedores que são: senso de oportunidade; autoconfiança; otimismo; dinamismo; independência; persistência; flexibilidade; resistência a frustrações; criatividade; liderança carismática; habilidade de relacionamento. Ainda Schmidt e Bohnenberger (2009) levantaram algumas definições das características do perfil empreendedor na literatura como as seguintes:

(1) **Auto eficaz (AE):** é a estimativa cognitiva que uma pessoa tem das suas capacidades de mobilizar motivação, recursos cognitivos e cursos de ação necessários para exercer controle sobre eventos na sua vida.

(2) **Assume Riscos calculados (AR):** pessoa que, diante de um projeto pessoal, relaciona e analisa as variáveis que podem influenciar o seu resultado, decidindo, a partir disso, a continuidade do projeto.

(3) **Planejador (PL):** pessoa que se prepara para o futuro.

4) **Detecta oportunidades (DO):** habilidade de capturar, reconhecer e fazer uso efetivo de informações abstratas, implícitas e em constante mudança.

5) **Persistente (PE):** capacidade de trabalhar de forma intensiva, sujeitando-se até mesmo a privações sociais, em projetos de retorno incerto.

6) **Sociável (SO):** grau de utilização da rede social para suporte à atividade profissional.

7) **Inovador (IN):** pessoa que relaciona ideias, fatos, necessidades e demandas de mercado de forma criativa.

8) **Líder (LI):** pessoa que, a partir de um objetivo próprio, influencia outras pessoas a adotarem voluntariamente esse objetivo. (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009 p.

6)

Complementando Santos (2011) afirma que o empreendedor precisar estar atento aos desafios que surgirem na organização utilizando habilidades e conhecimentos pessoais. O quadro a seguir apresenta as principais características dos empreendedores de sucesso.

Quadro 3 - Características dos empreendedores de sucesso.

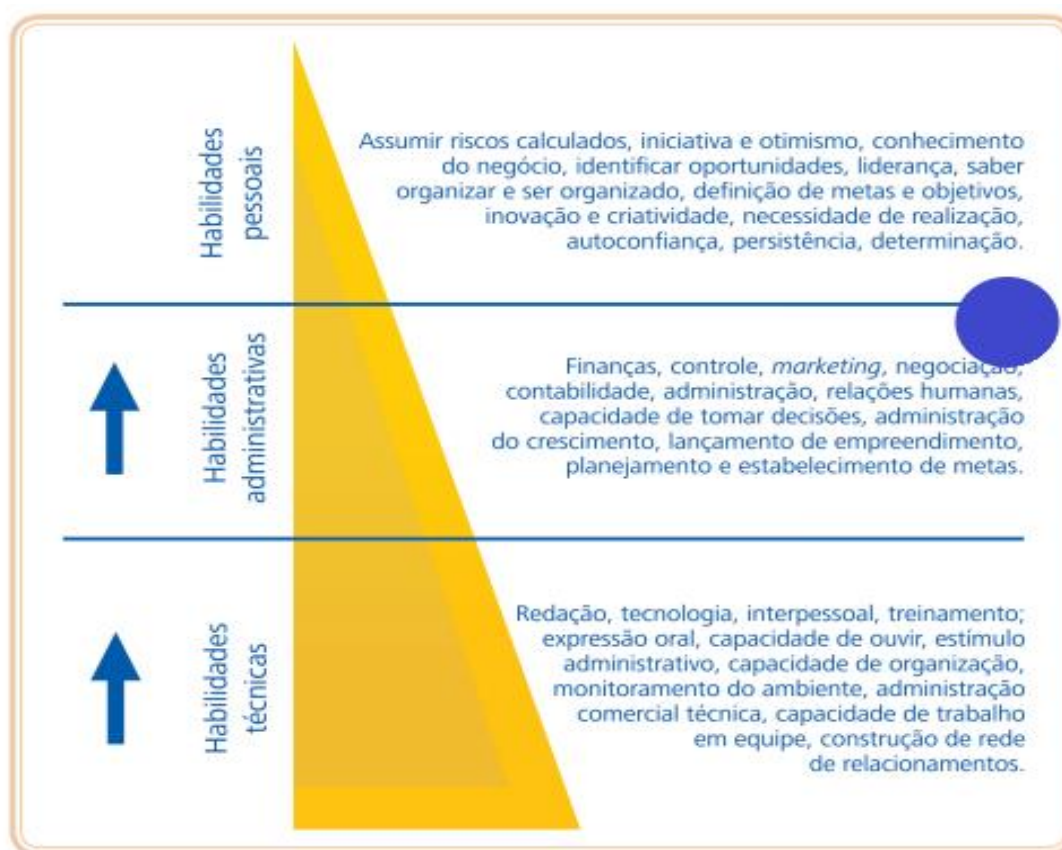
Características	Especificações
Necessidades	Aprovação; Independência; Desenvolvimento pessoal; Segurança; Auto realização;
Conhecimentos	Aspectos técnicos relacionados com o negócio; Experiência na área de conhecimento; Vivências com situações inovadoras.
Habilidades	Identificação de novas oportunidades; Valoração de oportunidades e pensamento criativo; Comunicação persuasiva; Negociação; Aquisição de informação; Resolução de problemas
Valores	Existenciais; Estéticos; Intelectuais; Morais; Religiosos.

Fonte: Santos(2011) adaptado pela autora.

Santos (2011) afirma que por motivos diferentes as pessoas decidem empreender, mas os motivos mais comuns são os seguintes: vontade de ganhar dinheiro, desejo de sair da rotina; vontade de ser seu próprio patrão, autossatisfação, vontade de desenvolver algo que traga benefícios não só para si mas para a sociedade. As características dos empreendedores mudam conforme a atividade e cada etapa que é desenvolvida pelo empreendedor.

Para Brito (2013) as características empreendedoras são desenvolvidas com o decorrer do tempo. A figura a seguir apresenta os tipos de habilidades empreendedoras.

Figura 5 - Habilidades Empreendedoras



Fonte: Brito 2013 p.43

Ainda Brito (2013) apresenta habilidades interpessoais empreendedoras de acordo com a de empreendedorismo Zeltzer. A figura a seguir estas habilidades.

Quadro 4 - Habilidades Empreendedoras interpessoais

<b>Sistematizadas</b>	<b>Profundas</b>
-----------------------	------------------



<b>Trabalho em equipe</b> – capacidade de realizar atividades com grupos de pessoas que possuem características, opiniões e interesses diferentes.	<b>Cooperação</b> - capacidade de se unir a pessoas em torno de um propósito.
<b>Comunicação</b> - capacidade de expressar as próprias ideias (se fazer entender) e de compreender as ideias dos outros.	<b>Sinergia</b> - capacidade de gerar empatia, colaboração e resultados significativos em equipe.
<b>Negociação</b> -capacidade de discutir problemas e impasses, enumerado os aspectos positivos e negativos e decidindo em conjunto solução que será adotada, de forma que todos os participantes se sintam atendidos.	<b>Flexibilidade</b> - capacidade de elaborar várias alternativas para uma atividade ou problema, receptividade para compreender e avaliar alternativas dos outros, e capacidade de aceitar alternativas que sejam de consenso do grupo, mesmo que não sejam suas preferidas.
<b>Persuasão</b> - capacidade de expressar suas ideias, detalhando os pontos positivos, e avaliando os problemas referentes aos pontos negativos, desta forma convencendo os outros de sua aplicabilidade.	

Fonte: Brito 2013 p.43

Ainda o empreendedorismo possui outro foco com a seguinte definição *intra-empendedorismo* que é “empreendedores que operam com sucesso em uma organização estabelecida, ou em parceria com outros empreendedores, e abrangem os atributos e capacidades que eles não têm.” (SAKAR 2008 p.29). A figura a seguir apresenta as semelhanças e diferenças entre empreendedorismo e intra-empendedorismo.

Quadro 5 -Semelhanças e diferenças entre empreendedorismo e intra-empendedorismo.

<b>Semelhanças</b>	<b>Diferenças</b>
<p>Ambos envolvem o reconhecimento, a avaliação e a exploração de uma oportunidade;            Ambos requerem um objetivo de levar à criação de novos produtos, serviços, processos ou negócios;            Ambos dependem de um indivíduo empreendedor, que forma uma equipe que ajudará a implementar esse conceito;            Ambos requerem que o empreendedor esteja apto a articular visão com capacidades de gestão e paixão com pragmatismo e pro-atividade com paciência;            Em ambos os casos, o empreendedor ou intra-empendedor encontrará resistências e obstáculos e necessitará ser perseverante, necessitando ainda da capacidade de encontrar soluções inovadoras para os problemas;            Ambos requerem do empreendedor estratégias criativas para identificar e buscar recursos;</p>	<p><b>Empreendedorismo:</b>            Criação de riqueza;            Procura de financiamento;            Criação de estratégias e culturas organizacionais;            Risco controlado;            O retorno é para o empreendedor e acionistas</p>
	<p><b>Intra- empreendedorismo:</b>            Desenvolver a situação da empresa;            Procura do potencial interno;            Deve trabalhar dentro de uma cultura existente e a oportunidade deve estar coerente com a estratégia da organização;            Flexibilidade de funcionamento, mas precisa de uma cultura empresarial conclusiva;            A sua promoção depende da visão estratégica do gestor do topo;</p>

Ambos requerem do empreendedor ou intra-empendedor a definição de estratégias de recuperação do capital investido; Em ambos os casos, a motivação principal criação de riquezas.	Depende do líder do projeto ou empreendedor para ter liderança na realização da ideia.
---	--

Fonte: Sakar 2008 p.30

Dornelas (2012) apresenta um entendimento sobre os papéis do administrador e do empreendedor. O administrador segundo o autor concentra-se nos atos de planejar, organizar, dirigir e controlar. Stewart(1982) apud Dornelas(2012) defende que os empreendedores e os administradores possuem três características principais: demandas, restrições e alternativas. A demanda é aquilo que necessita ser feito, as restrições são os fatores internos e externos da empresa, as alternativas são as opções de como fazer o que fazer.

Os administradores “criam e modificam agendas, incluindo metas e planos para sua organização e desenvolvem redes de relacionamento cooperativos para implementá-los” (DORNELAS 2012 p.22). Mintzberg (1986) traz a abordagem que os administradores focam em papéis: interpessoais (líder, representante), informacionais (monitor, disseminador) e decisórios (alocador de recursos e negociador) sendo que esses papéis podem variar de acordo com o nível exercido pelo administrador na organização.

Ainda segundo Dornelas (2012) afirma que o empreendedor de sucesso possui características extras além dos atribuídos para o administrador, que em conjunto com fatores sociais e ambientais permite a inovação. O quadro seguir apresenta as características dos empreendedores de sucesso.

Quadro 6 - Características dos empreendedores de sucesso.

São visionários	Eles em visão de como será o futuro para seu negócio e sua vida, e o mais importante: eles têm a habilidade de implementar seus sonhos.
Sabem tomar decisões	Eles não se sentem inseguros, sabem tomar as decisões corretas na hora certa, principalmente nos momentos de adversidade, sendo isso um fator-chave para seu sucesso. E mais além de tomar decisões, implementam suas ações rapidamente.
São indivíduos que fazem a diferença	Os empreendedores transformam algo de difícil definição, uma ideia abstrata, em algo concreto, que funciona, transformando o que é possível em realidade (Koa,1989; Kets de Vries, 1997). Sabem agregar valor aos serviços e produtos que colocam no mercado.
Sabem explorar ao máximo as oportunidades	Para a maioria das pessoas, as boas ideias são daqueles que as veem primeiro, por sorte ou acaso. Para os empreendedores as boas ideias são geradas daquilo que todos conseguem ver, mas não identificaram algo prático para transformá-las em oportunidade, por meio de dados e informação.

São determinados e dinâmicos	Eles implementam suas ações com total comprometimento. Atropelam as adversidades, ultrapassando os obstáculos, com uma vontade ímpar de “fazer acontecer”. Mantêm-se sempre dinâmicos e cultivam um certo inconformismo diante da rotina.
São dedicados	São trabalhadores exemplares, encontrando energia para continuar, mesmo quando encontram problemas pela frente.
São otimistas e apaixonadas pelo o que fazem	Eles adoram o trabalho que realizam. Autodeterminados, tornando os melhores vendedores de seus produtos e serviços, pois sabem, como ninguém, como fazê-los.
São independentes e constroem o próprio destino	Querem ser independentes, em vez de empregados; querem criar algo novo e determinar os próprios passos, abrir os próprios caminhos, ser o próprio patrão e gerar empregos.
Ficam ricos	Ficar rico não é o principal objetivo dos empreendedores. Eles acreditam que o dinheiro é consequência do sucesso dos negócios.
São líderes e formadores de equipes	Os empreendedores têm um senso de liderança incomum. Sabem que, para obter êxito e sucesso, dependem de uma equipe de profissionais competentes.
São bem relacionados (networking)	Os empreendedores sabem construir uma rede de contatos que os auxiliam no ambiente externo, junto a clientes, fornecedores e entidades da classe.
São organizados	Os empreendedores sabem alocar os recursos materiais, humanos, tecnológicos e financeiros, de forma racional, procurando o melhor desempenho para o negócio.
Planejam, Planejam, Planejam	Os empreendedores de sucesso planejam cada passo de seu negócio, sempre tendo como base a forte visão do negócio que possuem.
Possuem conhecimento	São sedentos pelo saber e aprendem continuamente, pois sabem que quanto maior o domínio sobre o ramo de negócio, maior a chance de êxito.
Assumem riscos calculados	O verdadeiro empreendedor é aquele que assume risco calculados e sabe gerenciar o risco, avaliando as reais chances de sucesso.
Criam valor para a sociedade	Os empreendedores utilizam seu capital intelectual para criar valor para a sociedade, com a geração de empregos, dinamizando a economia e inovando, sempre usando sua criatividade em busca solução para melhor a vida das pessoas.

Fonte: Dornelas 2012 p.23 e 24 adaptado pela autora.

Dornelas(2012) afirma que o empreendedor é um administrador, mas possui algumas diferenças como por exemplo: empreendedores são mais visionários que os gestores. Essas diferenças podem ser classificadas em cinco dimensões: orientação estratégica, análise de oportunidades, comprometimento dos recursos, controle dos recursos e estrutura gerencial. Para Dornelas (2012) “o gerente é voltado para a organização de recursos, enquanto o empreendedor é voltado para definição de contextos”. O quadro a seguir apresenta a comparação entre empreendedores e gerentes tradicionais.

Quadro 7 - Comparação entre empreendedores e gerentes tradicionais

Temas	Gerentes tradicionais	Empreendedores
Motivação principal	Promoção e outras recompensas tradicionais da corporação, com secretaria, status, poder etc.	Independência, oportunidade para criar algo novo, ganhar dinheiro

Referência de tempo	Curto prazo, gerenciamento orçamentos semanais, mensais etc. e com horizonte de planejamento anual	Sobreviver e atingir cinco a dez anos de crescimento do negócio.
Atividade	Delega e supervisiona	Envolve-se diretamente
Status	Preocupa-se com status e como é visto na empresa	Não se preocupa com status
Como vê o risco	Com cautela	Assume riscos calculados
Falhas e erros	Tenta evitar erros e supressas	Aprende com erros e falhas
Decisões	Geralmente concorda com seus superiores	Segue seus sonhos para tomar decisões
A quem serve	Aos outros(superiores)	A si próprio e a seus clientes
Relacionamento com outras pessoas	A hierarquia é a base do relacionamento	As transações e acordos são base do relacionamento

Fonte: Dornelas 2012 p. 27 adaptado pela autora

De acordo com Sebrae (2017) empreendedor e empresário não são sinônimos. Pois empreendedores tem sua postura focada na inovação, no surgimento de novas ideias, geração de riquezas e mudanças na sociedade. É o perfil do empreendedor possui as seguintes características: tem iniciativa; é persistente, planeja suas ações, tem autoconfiança; é líder; age com coragem; preza pela eficiência. Já o empresário pode possuir algumas características do empreendedor, mas sua postura está voltada para permanência do negócio no mercado sem grandes inovações, geralmente herdada ou compram negócios prontos.

O empreendedorismo é apontado por Verga e Soares (2014) como uma fonte impulsionadora que contribui para o desenvolvimento econômico, a com a geração de novos empregos, na disponibilização de bens e serviços diversificados no mercado. Ainda o papel do empreendedorismo apontado por Hisrich, Peters e Shepherd (2009) vai além apenas do desenvolvimento econômico ele traz mudanças na estrutura do negócio e da sociedade, essas mudanças são acompanhadas por uma maior produção de bens e serviços e uma melhor distribuição da riqueza entre os envolvidos.

Hisrich, Peters e Shepherd (2009) afirmam que o empreendedorismo é o processo mais eficiente para ciência e mercado, proporcionando a criação de novas empresas bem como a disponibilização de novos produtos e serviços no mercado. As atividades empreendedoras têm forte influência na base econômica e na geração de empregos.

Por fim Santos (2011) afirma é preciso que seja incentivado em nosso país a educação empreendedora pois esta influencia diretamente na capacidade de gerar novos empregos, de inovação, geração de riquezas, capacidade de assumir novos riscos em

horizontes desconhecidos, ajuda no crescimento em ambientes instáveis e de incertezas e conduzem ao um maior desenvolvimento econômico.

### 3.4. EMPREENDEDORISMO RURAL

O empreendimento rural moderno segundo Andrade, Gontijo, França (2011) precisa estar alinhado com a demanda do mercado consumidor externo ou o mercado interno mais exigente, proporcionando maior flexibilidade para os ajustes necessários às novas demandas do mercado.

Na moderna visão de cadeias de produção estas atividades permanecem interligadas. Uma cadeia agroindustrial pode ser dividida em três macros segmentos:

“a) Comercialização – Representa as empresas que viabilizam o consumo e o comércio dos produtos finais. Ex: supermercados, mercearias, etc. b) Industrialização – Representa as firmas responsáveis pela transformação das matérias-primas em produtos finais. Ex: agroindústrias. c) Produção de matéria-prima – Representa as firmas que fornecem as matérias-primas iniciais. Ex: agricultura, pecuária, etc. (BRAUN; UECKER; UECKER, 2005P.4)”

Garrido e Sehnem (2006) afirmam que o empreendimento rural deve ser encarado como uma parte da cadeia de produção, sendo necessário procurar desenvolver parcerias e distribuição justa de ganhos e prejuízos. O empreendedor rural enfrenta maior risco no seu negócio devido algumas especificidades, tais como, a sazonalidade da produção, variações climáticas, tipos de solo e formas de manejo e oscilação dos preços dos produtos agrícolas em função de pequenas variações na oferta. Por isso as atividades rurais devem ser encaradas como verdadeira empresa, buscando conhecimento sobre mercados onde está inserida, aumentando o relacionamento com os demais segmentos da cadeia produtiva e com canais de distribuição.

Ainda segundo Braun, Uecker e Uecker (2005) o produtor rural deve analisar o ambiente nos seus aspectos econômicos, tecnológicos, sociais e políticos, legais e ambientais. É importante conhecer os recursos do empreendimento:

- A quantidade de mão-de-obra disponível e seus conhecimentos;

- As áreas cultivadas, as formas de ocupação dessas áreas, suas características, seu uso atual (cultivos, pastagens, mata, plantações perenes), e
- Outros meios de produção disponíveis, como capital fixo imobilizado como instalações, equipamentos e rebanhos.

O pequeno produtor rural afirma Garrido e Sehnem (2006) deve optar por algumas estratégias para ganhar poder de mercado, dentre elas, o associativismo e parcerias, a agregação de valor e a diferenciação de produtos. As parcerias são uma ótima solução para a inserção e permanência nas cadeias de suprimentos, pois contribui na racionalização do trabalho e dos custos.

De acordo com Braun, Uecker e Uecker (2005) para o sucesso do empreendimento é fundamental entender o contexto no qual os produtores estão inseridos, quais são os potenciais e os limites da infraestrutura local, que são os agentes que interferem na produção como eles agem. É preciso estar observar tendência de evolução da região, considerando se os agricultores estão diversificando a produção e mudando suas técnicas e em que direção e como estão atuando os comerciantes e as agroindústrias. Entre os fatores que influenciam o desempenho econômico das empresas rurais, os mais significativos são os fatores externos ou incontroláveis.

Os produtores rurais segundo Lima, Parteli e Loose (2015) podem utilizar o empreendedorismo como estratégias para desenvolver suas propriedades, sendo que devem buscar aproveitar todos os recursos disponíveis para criar novos produtos e serviços ou aperfeiçoar os que já estão sendo industrializados. A agricultura familiar e conceituada por Lima, Parteli e Loose (2015) como é aquela onde a propriedade, a gestão e a mão de obra vêm de pessoas da própria família. Ainda Lima, Parteli e Loose (2015) o empreendedor familiar rural deverá atender basicamente a todas as condições e exigências estabelecidas na referida Lei, de maneira que eles possam produzir e comercializar sua produção dentro dos parâmetros legais.

Borges, Parreira, Enoque e Almeida (2017) apresentam alguns requisitos para as empresas serem consideradas familiares que são eles: a família deter o controle acionário da empresa; existir sucessão no poder com base nos traços familiares; os familiares ocuparem cargos com poder de decisão; a cultura organizacional ser condizente com os

valores da família; propriedade acionária familiar vinculada de forma consistente. As cooperativas agropecuárias para Garrido e Sehnem (2006) possuem forte interferência na coordenação de cadeias produtivas, bem como agroindústrias da produção, ou comercializadoras de insumos e produtos agropecuários.

Eggers *et al* (2016) afirmam que a empresa rural é um dos pilares do desenvolvimento econômico, técnicas e práticas de manejo refletem a eficiência do setor. Ainda é considerada empresa rural as atividades econômicas que utilização da capacidade produtiva do solo e de produtos da natureza para fins econômicos.

Ainda segundo Eggers *et al* (2016) a “empresa rural é a unidade de produção em que são exercidas atividades que dizem respeito a culturas agrícolas, criação de gado ou culturas florestais, com a finalidade de obtenção de renda”. Segundo o a lei Art. 970 do Novo Código Civil (NCC) A lei assegurará tratamento favorecido, diferenciado e simplificado ao empresário rural e ao pequeno empresário, quanto à inscrição e aos efeitos daí decorrentes

#### **4. PROCEDIMENTOS METODOLOGICOS**

Nesta secção serão apresentados os procedimentos metodológicos que foram adotados na pesquisa, contemplando o tipo de pesquisa, universo da pesquisa, plano de coleta de dados e plano de análise dos dados, que foram utilizados no desenvolvimento da análise dos dados obtidos.

##### **4.1. TIPO DE PESQUISA**

Segundo Zanella (2009) a pesquisa tem como objetivo a produção de novos conhecimentos e tem por finalidade buscar resposta para indagações e problemas. Sendo assim a pesquisa qualitativa descritiva busca descrever fenômenos por meio dos significativos existentes no ambiente e a pesquisa quantitativa remete “a ideia da possibilidade da medida, isto é, da relação entre uma e outra grandeza” (GRUBITS E NORIEGA, 2004 p.33). Ainda a pesquisa quantitativa utiliza instrumentos como: a observação, a experimentação e a indução.

Flick (2009) complementa que a pesquisa quantitativa utiliza procedimentos de primeira e segunda ordens, no qual conduzem para a definição de variáveis e valores que serão utilizados na classificação e quantificação da pesquisa. A pesquisa qualitativa permite a análise das diferentes perspectivas, reflexões do pesquisador como parte do processo de conhecimento além da relevância das relações sociais devido a pluralização das esferas do objetivo da pesquisa.

O presente estudo classifica-se quanto a sua abordagem como qualitativa, que tem como objetivo explorar e entender o significado que os indivíduos ou grupos atribuem a um problema social ou humano (CRESWELL, 2010).

No que tange os objetivos da pesquisa, de acordo com Vergara (2013) a investigação exploratória é realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado, não compreendendo o levantamento de hipóteses, porém nada impede que estas possam surgir durante ou ao final da pesquisa. Martins (2011 p.35) afirma que a pesquisa exploratória “trata-se de uma abordagem adotada para buscar maiores informações sobre determinado assunto, é indicada quando se tem pouco conhecimento sobre o caso. Tem por finalidade formular problemas e hipóteses para estudos futuros”



Quanto aos meios de investigação, a pesquisa caracteriza-se como bibliográfica, de campo e de multicasos. O estudo bibliográfico tem como objetivo de “conhecer as contribuições científicas sobre determinado assunto. Tem como objetivo recolher, selecionar, analisar e interpretar as contribuições teóricas já existentes sobre o assunto” (MARTINS 2011.p35)

A pesquisa de campo tem por objetivo conforme afirma Marconi e Lakatos (2010) conseguir informações ou dados do problema que está sendo pesquisado, onde busca-se uma resposta ou levantamento de hipóteses que se faz necessário para comprovar ou levantar novos fenômenos e a relação entre eles. A pesquisa de campo requer uma pesquisa bibliográfica, está auxiliará na elaboração do plano geral da pesquisa.

Maxwell (2011, p.30) definem que, “os estudos de multicasos visam analisar um objeto de estudo de maneira singular, mesmo que, posteriormente, tenham sido observadas semelhanças com outros casos, retratando a realidade de forma completa e profunda.”

Vergara (2009) a observação é uma técnica que permite a descrição, explicação, compreensão de eventos e comportamentos, pode ser utilizada como complemento da aplicação de entrevistas, questionário ou utilização de técnica de construção. Além de proporcionar ao investigador perceber as motivações, interesses, crenças, expectativas dos indivíduos da pesquisa.

Ainda a observação não estruturada “é aquela que não tem planejamento e controle e na qual o observador registra o acontecimento, porém, não utiliza recursos previamente definidos” (VERGARA 2009.p76)

Em relação aos fins à pesquisa foi descritiva “tem como objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno, bem como o estabelecimento de relação entre variáveis e fatos. (MARTINS 2011 p.36)

#### 4.2. UNIVERSO DA PESQUISA

O universo ou população dessa pesquisa foi caracterizado por micro empreendedores rurais sem distinção de gênero que desenvolvem atividades produtivas no município de Chapecó – SC.

A delimitação do universo é necessária para evidenciar pessoas ou coisas que serão pesquisadas ou enumeradas por suas características em comum. Universo e amostra conforme definição “é um conjunto de seres animados ou inanimados que representam pelo menos uma característica em comum. (MARCONI E LAKATOS,2010 p 206)

A escolha pelo município de Chapecó – SC para realização do presente estudo ocorreu pelo fato de ser uma região que possui preponderância de pequenas propriedades rurais, com grande destaque para a agricultura familiar mais de 74% de sua área está dividida em propriedade de até 19 hectares. Conforme figura a seguir:

Figura 6 Estrutura Fundiária de Chapecó em 2010

Tamanho (ha)	Número de Propriedades	% da Área (ha)
Menos de 5	416	22,65
05 a 09	406	22,10
10 a 19	539	29,34
20 a 49	363	19,76
50 a 99	77	4,19
100 a 199	25	1,36
200 a 499	07	0,38
500 a 999	03	0,16
1000 a mais	01	0,04
<b>TOTAL</b>	<b>1.837</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Prefeitura Municipal de Chapecó (2014).

Desse modo, a população do presente estudo composta por homens ou mulheres que são micro empreendedores rurais que residem no município de Chapecó – SC. Alguns critérios básicos serão estabelecidos para a escolha dos casos:

- Ser enquadrado como pequena propriedade rural conforme a classificação do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA) que é definida pela Lei 8.629, de 25 de fevereiro de 1993 e leva em conta o **módulo fiscal** (e não apenas a metragem), que varia de acordo com cada município. A seguir a classificação de acordo com o INCRA:

**Minifúndio** – é o imóvel rural com área inferior a 1 (um) módulo fiscal;  
**Pequena Propriedade** - o imóvel de área compreendida entre 1 (um) e 4 (quatro) módulos fiscais;  
**Média Propriedade** - o imóvel rural de área superior a 4 (quatro) e até 15 (quinze) módulos fiscais;  
**Grande Propriedade** - o imóvel rural de área superior 15 (quinze) módulos fiscais. (INCRA 2017)

- As propriedades rurais devem estar localizadas no município de Chapecó/SC.

As entrevistas foram realizadas em 3 pontos de feira-livre, sendo elas nos bairros Presidente Médici, Jardim América, Centro (calçadão), com os microempresários atuantes da cidade de Chapecó – SC

O método de saturação teórica também foi utilizado para definir o tamanho da amostra. Conforme Fontanella, Ricas e Turato (2008) a saturação teórica é suspensão da captação de novos participantes quando os resultados obtidos começam a ficar repetitivos, não sendo relevante continuar na coleta de dados.

#### 4.3. PLANO DE COLETA DE DADOS

Martins (2011) afirma que para estudos exploratórios e estudos descritivos os métodos mais utilizados para a coleta de dados são o questionário ou entrevista. Sob esta perspectiva em relação à coleta dos dados serão levantados por meio de entrevista semiaberta.

Ainda a entrevista “é uma técnica que permite o relacionamento entre entrevistado e entrevistador. Trata-se de um diálogo orientado que busca, através do interrogatório, informações e dados para a pesquisa (MARTINS 2011. p. 52).

A entrevista semiaberta é focalizada e possui um roteiro fechado mas “permite inclusões, exclusões, mudanças em geral nas perguntas, explicações ao entrevistado quanto a alguma pergunta ou alguma palavra, o que lhe dá um caráter de abertura” (VERGARA 2009 p.9).

Para o processo de análise dos dados coletados, utilizou-se da técnica de análise de conteúdo, que constitui uma técnica de “análise dos conteúdos escritos em jornais, livros, revistas entre outros, que são utilizados como fonte de informações. Buscam-se informações e descrições/ interpretações do conteúdo da mensagem (MARTINS 2011, p 38).

Ainda segundo Vergara (2013) essa técnica trabalha os dados coletados, objetivando a identificação do que está sendo dito a respeito de determinado tema, dessa forma, os dados serão explicados conforme as relações existentes entre o objeto estudado e os demais elementos afetados pela sua existência.

## 5. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Essa seção descreve, de acordo com o problema e os objetivos propostos nesse estudo, os resultados obtidos por meio das entrevistas com micro empresários rurais. A análise dos dados foi realizada considerando o perfil sócio e econômico, dados sobre as propriedades rurais, e as características referentes ao perfil com base no modelo proposto por Dornelas (2012).

### 5.1. CARACTERÍSTICAS DO PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Nesse momento serão apresentados dados que evidenciam o perfil sócio e econômico dos micro empresários rurais. De modo a assegurar a confidencialidade do estudo, a identidade dos respondentes será anônima, as mesmas foram associadas a números de 1 a 7 conforme a ordem de entrevistas.

Objetivando caracterizar a amostra dos entrevistados, analisou-se as seguintes questões: idade, gênero, estado civil, escolaridade e renda familiar. Em relação a idade a faixa etária dos entrevistados foi de 20 anos a 66 anos. No quesito gênero o masculino foi predominante sendo que 4 entrevistados foram do gênero masculino e 3 do gênero feminino, sobre o estado civil 6 entrevistados são casados(a) e 1 solteiro (a), a escolaridade a faixa ficou de Ensino Fundamental - Completo até Superior – Incompleto e a renda familiar fica na média de 1 a 4 salários mínimos.

Ao analisar o perfil dos entrevistados constatou que a presença de jovens no campo é muito pequena, a concentração da faixa etária da população entrevistada que reside do campo foi de 40 a 70 anos, sendo que quando analisado as falas dos entrevistados foi possível identificar que os filhos dos mesmos optaram por não continuar suas vidas no campo, estes migraram para a cidade.

Bernandi (2012) afirma que uma das estratégias de crescimento das empresas encontra-se na diversificação de produtos, segmentação de linhas ou segmentação de mercado para atender necessidades dos clientes. A diversificação da produção nas pequenas propriedades rurais é uma forma de sobrevivência da agricultura familiar. Quanto às atividades produtivas desenvolvidas nas propriedades estão voltadas ao cultivo de frutas, hortaliças, embutidos de origem suína, produção de queijos e hortifrúti. A seguir quadro das atividades desenvolvidas de acordo com cada entrevistado.

#### Quadro 8 - Atividades desenvolvidas

Entrevistados(a)	Atividade Desenvolvidas na propriedade
1	Produção de produtos de embutidos
2	Produção de produtos de hortifrúti
3	Produção de hortaliças e fruticultura
4	Produção de hortaliças
5	Avicultura, produção de tubérculos e fruticultura
6	Produção de produtos orgânicos
7	Produção de queijos.

Fonte: Elaborado pela autora, 2017

As atividades desenvolvidas nas propriedades possuem variações, com destaque para produtos embutidos e a produção de hortaliças e fruticultura. A atividade desenvolvida e a principal fonte de renda para os entrevistados (as), sendo que complementadas para o entrevistado(a) 1 com a piscicultura, para entrevistado (a) 5 com a produção de leite.

Foi questionado sobre o tempo do negócio, para compreender se os mesmos já são bem sucedidos, ou se ainda estão em seu estágio inicial. A seguir quadro de tempo de negócio de acordo com cada entrevistado.

#### Quadro 9 - Tempo de negócio

Entrevistado(a)	Tempo de Negócio
1	17 anos
2	6 anos
3	6 anos
4	6 anos
5	16 anos
6	2 anos
7	15 anos

Fonte: Elaborado pela autora, 2017

Quando questionados porque comercializar seus produtos na cidade os entrevistados responderam:

*“Há porque foi uma alternativa de renda, nós trabalhamos com a feira desde o começo” (Entrevistado 3)*

*“Porque nos achamos que uma alternativa mais viável para o pequeno produtor” (Entrevistado 2).*

*“A gente conseguiu a banca e tals, através das cooperativas” (Entrevistado 7).*

A participação de todos os membros da família ainda pode ser observada nas propriedades rurais dos dias de hoje.

*“A agricultura familiar é uma forma de produção onde predomina a interação entre gestão e trabalho onde os agricultores familiares dirigem o processo produtivo, dando ênfase à diversificação e utilização do trabalho familiar (CHIARELLO, ORLOWSKI E WACKULICZ 2008, p.3).”*

Como pode ser observado quando questionados como é o envolvimento da família com o negócio:

*“A gente trabalha em um grupo eu e meus irmãos e um grupo[...]nós trabalhamos juntos é um grupo ne, um grupo que trabalha junto daí hoje eles estão lá produzindo eu to aqui vendendo” (Entrevistado 1)*

*“A família ajuda na mão de obra. E eu comercializo, somos em 3, eu, o filho e mulher” (Entrevistado 2)*

*“Todo mundo ajuda” (Entrevistado 3)*

*“A gente é em 15 pessoas na produção, quem não faz o queijo trabalha na propriedade na pastagem, nas vacas” (Entrevistado 7)*

## 5.2. CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS

Por meio das entrevistas foi possível identificar algumas habilidades empreendedoras sendo que quando questionado os entrevistados se se alguém da sua família exercia algum tipo de atividade semelhante todos(as) entrevistados mencionam que foram os primeiros a iniciar o negócio neste tipo de atividade rural. Sendo que pode-se perceber traços de inovação no modo de trabalho. Conforme Bernardi (2012) inovação podem ser um fator competitivo para as empresas, pois por meio dela surgem ideias por meio da observação e da busca por novas oportunidades. Ainda Dornelas (2012) corrobora que para inovar é necessário observar tudo e todos.

Ainda é importante que o empreendedor conheça seus pontos fortes e fracos a questão 6 tinha como objetivo verificar são os pontos fortes e fracos em relação ao seu negócio os entrevistados responderam:

*“Eu acho que bastante é a qualidade dos produtos neh, um pouco e o atendimento que as pessoas gostam de ser bem atendidas, que hoje em dia muitos lugares as pessoas não são bem atendidas nas feiras é aquela de conversar, de ver as amizades aquele negócio. E qualidade de produtos, a diversidade e um bom atendimento.”* Entrevistado 1

*“São os produtos de qualidade.”* Entrevistado 2

*“A qualidade dos produtos orgânicos”* Entrevistado 3

*“A qualidade dos produtos[...]. Produtos mais fresquinho mais puro”* Entrevistado 5

*“O queijo digamos assim e bem colonial, ele não tem nada de conversastes, não nada daquilo que você encontra no mercado, e bem diferente da produção em grande escala é uma propriedade pequena então a gente mantém a qualidade do produto sempre.”* Entrevistado 7

Sobre os pontos fracos os entrevistados responderam:

*“A interperere e a primeira coisa que danifica minhas estufas e minhas verdura também.”* Entrevistado 2

*“A mão de obra e a principal porque nos podia plantar mais produtos mas não tem mão de obra, não tem quem quer trabalhar.”* Entrevistado 3

*“O ponto fraco e conscientização do pessoal, hoje se eu estivesse falando com a vigilância é isso ai, a preocupação maior e que a vigilância não está em cima, vê o mercado bonito só que é uma bomba em termo de veneno”* Entrevistado 5

*“Talvez o preço porque como e uma produção pequena e a gente não consegue produzir em grande quantidade para ter um preço bom para venda.”* Entrevistado 7

Segundo Dornelas (2012) em relação a financiamentos do governo municipal, estadual e federal existem muitas fontes de recursos que por muitas vezes não é conhecida pelos empreendedores por não estarem estruturadas nas esferas governamentais, sendo que é uma falha que precisa ser reparada para que todos possuam informações assimétricas. Mas os empreendedores precisam estar atentos as formas de financiamentos disponíveis no mercado pois existem programas para as empresas ao custo subsidiado ou seja ao custo abaixo do mercado.

Quando questionados sobre se há algum incentivo por parte do governo para o desenvolvimento do seu negócio. Os entrevistados responderem:

*“Curso de capacitação foi feito, foi buscado recursos no governo federal que era uma programa chamado na época de Desenvolver”*. Entrevistado 1

*“Eu fiz o PRONAF investimento só esse”* Entrevistado 2

*“Os PRONAF investimento”* Entrevistado 3

*“No início sim, através da EPAGRI e tal, a gente fez vários cursos do governo, no início foi SC rural e da EPAGRI mesmo”* Entrevistado 7

Ao analisar os relatos foi possível perceber que a crise econômica que o país vem enfrentando ocasionou a redução dos incentivos para desenvolvimento do negócio ou aberturas de novos empreendimentos rurais. Os únicos incentivos que recebem segundo os entrevistados e por meio da prefeitura que disponibiliza o local para a venda dos produtos.

Quando analisado a questão de desenvolver as habilidades/ buscar informações, o entrevistado 2 relata que fez um curso através do programa terra solidaria que possui como um dos objetivos a organização de sistemas de produção da agricultura com base em uma gestão sustentável e solidaria. Já o entrevistado 5 comenta que fez cursos através da EPAGRI para a produção de açúcar. As evidências corroboram com a teoria que versa sobre empreendedorismo, como pode ser observado em SEBRAE (2009), Hisrich e Peters (2009).

Ainda conforme SEBRAE (2009), Hisrich e Peters (2009) é necessário conhecer muito bem o ramo de atuação o entrevistado (a) 8 relata que há 15 anos trabalham com a produção de queijo e a entrevistado(a) 3 e 1 também citam que trabalham com a comercialização de produtos desde o início das feiras em Chapecó o que vai te encontro com a teoria.

Bernardi (2012) afirma que os clientes em relação aos produtos buscam novas alternativas, qualidade, preço e conveniência. Sendo assim: o entrevistado(a) 2 relata que realiza entregas á domicilio e trabalha com pedido de clientes, o entrevistado (a) 6 e o 4 cita que pelo o produto ser de qualidade o cliente sempre volta a comprar.



O entrevistado(a) 1 comenta que a qualidade no atendimento é um fator que faz as pessoas procurarem pelos seus produtos sendo que estabelecer uma boa relação de contatos corrobora com a teoria que versa sobre empreendedorismo, como pode ser observado em Dornelas (2001), Bernardi (2003) e Hisrich e Peters (2009).

Em relação a habilidade de persistência e possível encontrar em todos os entrevistados devido as dificuldades encontradas nessa atividade eles continuam buscando formas de se adaptar ao mercado. O entrevistado (a) 4 relata que devido aos fortes ventos da região danificam as estufas mesmo assim desiste e reconstrói as estufas e continua seu trabalho.

Todos os entrevistados são comprometidos com o seu trabalho, pois mesmo e tempo de frio e muita chuva sempre estão presentes nas feiras, para oferecer seus produtos aos consumidores. Já no quesito ter valor para a sociedade se preocupam com a conscientização dos consumidores há consumirem produtos orgânicos. Conforme fala:

*“Temos grande respeito com o meio ambiente e as relações humanas pois produzimos alimentos ecologicamente corretos”* Entrevistado 3

Outra habilidade empreendedora e de gerenciar riscos calculados, pois quando perguntados como realizam o planejamento de quanto produzir, com a exceção do entrevistado (a) 4 os demais responderem que buscam analisar o que foi vendido na semana anterior para projetar as vendas da semana seguinte. Eles também levam em consideração que início do mês são realizadas mais vendas que final do mês segundo os entrevistados.

O entrevistado (a) 3 conforme analisado possui habilidades inovadoras, pois possui como forma de canal de vendas páginas em redes sociais (*instagram, facebbok*), além de site onde é possível realizar a comprar de produtos e receber os produtos por meio da entrega delivery.

Foi possível analisar que a uma forte união entre os pequenos proprietários rurais, os mesmos buscam trabalhar de forma colaborativa, foi observado que quando ocorreu a falta de algum produto de comercialização de um produtor, este indica outro produtor para fornecer a este cliente, assim não e perdido venda por falta de algum produto, pois trabalhando de forma cooperada todos ganham.

### 5.3. MOTIVAÇÃO EMPREENDEDORA

Ribas (2011) motivação é a concentração de esforço para alcançar um determinado objetivo, movidos pelo desejo de satisfazer necessidades individuais ou coletivas, direcionando esforços e tempo para alcançar este objetivo. Complementando Ribas (2011) afirma que a motivação permite que as pessoas trabalhem para alcançar determinado objetivo, sendo é necessário que os indivíduos sejam contagiados por este sentimento.

Ainda Ribas (2011) afirma que a motivação que leva a empreender está ligada ao comportamento percepção da relação recompensa, risco e sucesso. A motivação é o “processo responsável pela intensidade, direção e persistência dos esforços de uma pessoa para o alcance de determinada meta” (RIBAS,2011p.6) Ainda a motivação empreendedora está ligada a correr risco para obter recompensas, sendo esta a percepção de empreendedores de sucesso.

A motivação que levou os entrevistados(as) a iniciariam seus negócios foi a necessidade, sendo que nota-se uma desmotivação dos entrevistados 2,4,5,6 os mesmo não estão satisfeitos com a lucratividade e a evolução do seu negócio mas não procuram métodos de desenvolver seu negócio e tornar ele mais produtivo, apenas continuam desenvolvendo suas atividades. Já os entrevistados 1,3 e 7 são mais motivados e procuram sempre estar inovando e buscando o desenvolvimento do negócio.

Ao analisar a teoria sobre e empreendedorismo foi possível concluir por meio da observação que os entrevistados (a) 2,4 e 5 não visualizam as atividades desenvolvidas como um negócio. Já os entrevistados (as) 1,3,6 e 7 nota-se traços de empreendedorismo como buscar novas oportunidades, possuem uma oferta de produtos maior que os demais entrevistados, expõem seus produtos em outros pontos de vendas, aproveitam e buscam recursos para o desenvolvimento do negócio.

### 5.4. AUTOCONTROLE

Brito (2013) afirma que os indivíduos possuem autocontrole quando tomam decisões ou realização ações com segurança em situações ou atividades específicas. Os empreendedores que possuem autocontrole enfrentam os desafios que os cercam com total domínio sobre as situações. Estes empreendedores conseguem enxergam os

problemas relacionados a um novo negócio, mas acreditam em suas habilidades pessoais para superá-los. A seguir figura elos das necessidades.

Figura 7 Elos das Necessidades



Fonte: elaborado pela autora 2017.

Nota-se que mesmo com toda a dificuldade enfrentada no dia a dia pelos produtores rurais, eles não desistem quando surgem problemas e buscam resolverem para continuar o seu negócio e também buscam se adaptar as novas exigências de mercado como a entrevistado (a) 3 que resolveu mudar o ramo de negócio que era aviário e suinocultura para a produção de produtos orgânicos, ela também relata a dificuldade de conseguir mão de obra para aumentar a produção mas ela consegue gerenciar essa dificuldade da forma que não se torne um empecilho para dar continuidade ao negócio. Conforme relato:

*“Tínhamos a criação de suíno e aviário, primeiro para com o suíno e tinha vaca de leite, daí foi parado com o aviário e as vacas de leite. Aos poucos fomos mudando de atividade”* Entrevistado 3

Ainda quando questionado como planeja a comercialização de seus produtos ao longo do mês os entrevistados (as) responderam:

*“Uma vez por semana, eu faço a base daí transformo, começo do mês tem uma quantidade maior, final de mês é menos, mais dinheiro circulando no começo do mês, que a gente trabalha com o consumidor direto, trabalha de eu para você”* Entrevistado 1

*“Leva mais por encomenda, conforme a necessidade do cliente. Vê conforme os pedidos dos clientes e a última semana de venda neh.”* Entrevistado 2

*“É pela experiência cada feira mais ou menos você calcula e leva”* Entrevistado 5

*“A gente vai vendo a quantia que sai, as vezes sai mais as vezes sai menos. Varia muito se ta bonito sai mais, se mais feinho sai menos, depende da produção também por causa do clima como ele e orgânico não utilizamos produtos químicos, dai demora mais, porque não vai veneno não vai ureia. Dai os pés ficam menorzinho as vezes dai não sai tanto.” Entrevistado 6*

*“Por exemplo na feira por ter bastante tempo que a gente faz, nós temos mais ou menos uma noção, todo início de mês e bom, final de mês já não e tanto, mas basicamente se mantem as vendas” Entrevistado 7*

## 5.5. PROPENSÃO A ASSUMIR RISCOS

Brito (2013) afirma que o início de um novo negócio o empreendedor assumirá vários riscos referente ao capital investido, tempo e esforço dedicados, e a possível perda do dinheiro investido.

Ainda Brito (2013) os indivíduos que necessitam de necessidade de realização, possuem propensões para assumir riscos, ou seja, elas preferem se arriscar em novas situações, mas sempre controlando os resultados sobre os riscos assumidos com abertura daquele negócio. Sendo que a autoconfiança reflete sobre risco assumido.

Quando analisado os entrevistados (as) todos são a primeira geração que resolveu tomar a iniciativa de empreender e assumir os riscos referente ao negócio. Os entrevistados relatam que no início houve a dificuldade de conquistar os clientes e os mesmos conhecerem os produtos oferecido por eles. Relatam também que o lucro obtido com a venda dos produtos apenas cobrir os custos de produção. Segundo eles levou um tempo até conseguir ter lucro. O entrevistado (a) 1 e 3 relatam que estão desde do início das feiras ou seja se arriscaram em um empreendimento que era um nicho de mercado na época. Como pode ser constatado nas falas a seguir quando questionados se alguém da sua família exercia algum tipo de atividade semelhante:

*“Fui o primeiro da família.” Entrevistado 2*

*“Não, fui o primeiro a começar” Entrevistado 5*

*“Nós fomos os primeiros.” Entrevistado 7*

Além disso haverá uma licitação para que todos os produtores rurais interessados em realizar a comercialização dos produtos na cidade, o que se torna um risco pois poderá

haver troca de lugar para a comercialização dos produtos. Conforme relata os entrevistados(a):

*“A prefeitura, por causa dessa licitação nós corremos o risco de perder tudo que a gente conquistou até agora.”* Entrevistado 6

*“A prefeitura com a licitação nos trocar de lugar”* Entrevistado 7

## 5.6. NECESSIDADE OU OPORTUNIDADE

Santos *et.al* (2007) afirmam que as necessidades são um desequilíbrio interno do indivíduo ou uma carência; que ao surgir causa um estado de tensão, insatisfação, desconforto e desequilíbrio. Abraham Maslow pesquisador das necessidades humanas, criou uma hierarquia das necessidades classificadas em sociais, culturais e econômicas.

Um fator que causa motivação “é algo que satisfaz a uma necessidade. Segundo este enfoque a motivação ocorre em função da satisfação das necessidades internas de cada indivíduo, que cada pessoa persegue de maneira evolutiva” (RIBAS 2011 p.8)

Segundo Santos *et.al* (2007) empreender por necessidade é um fator de sobrevivência ou de segurança. Sendo que aqueles que empreendem por necessidade são motivados pela falta de alternativa satisfatória de ocupação e renda.

Santos *et.al* (2007) empreendedor com suas habilidades e percepção da sociedade que está inserido observa um nicho de mercado e decide explorar a oportunidade. Como Dornelas(2012) corrobora que o empreendedor deve estar atento a tudo que ocorre a sua volta para identificar a melhor oportunidade para se inserir no mercado.

Quando questionados os entrevistados consideravam empresário por fatores de necessidade ou foi oportunidade de mercado Conforme os entrevistados a seguir optaram pelo início do negócio devido a necessidade:

*“Mas a necessidade neh”* Entrevistado 1

*“Por necessidade, para ter como sobreviver na agricultura, senão tivesse essa alternativa ninguém mais sobrevive na agricultura e a principal fonte de renda.”*  
Entrevistado 2

*“Por necessidade”* Entrevistado 3

*“Necessidade neh.”* Entrevistado 5

*“Por necessidade, não somos aposentado e precisamos de alguma renda.”*  
Entrevistado 6

Os entrevistados não apontaram fatores que influenciaram a empreender por necessidade. Foi possível verificar nesta questão uma confusão sobre os termos necessidade e oportunidade para os entrevistados, sendo que esse fator pode ser atribuído a falta de conhecimento técnico de alguns dos entrevistados.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa proporcionou conhecer mais a profundidade o perfil do micro empresário rural da cidade de Chapecó. A atividade rural é a base da economia de várias cidades do Brasil, ele é o responsável pelo alimento chegar a mesa de tantos brasileiros. Seu trabalho no campo é árduo enfrenta no dia a dia as diversas adversidades do clima, flutuações do preço de commodity e a dificuldade de acesso a crédito.

Os agricultores familiares também contribuem para a geração de emprego e renda nas áreas rurais e melhoraram a qualidade de vida de muitas famílias. A importância destes agricultores na cadeia produtiva é tão significativa que o mesmo devem ser considerados como empresários rurais. Este termo “empresários” ainda é pouco visível para os produtores rurais sendo que causa estranhamento quando colocados como empresários rurais ou também pela resistência por parte dos agricultores de ver a sua atividade como um negócio.

Sendo que foi possível verificar a importância que estes têm na sociedade devido a produção de alimentos com qualidade, a geração de empregos, a melhor distribuição da renda nas camadas sociais. Também é necessário mais investimentos para os pequenos agricultores pois nota-se que quando há incentivo por parte do governo os agricultores mantêm-se mais motivados a continuarem a produzir alimentos no campo.

Por fim sugere-se novos estudos mais aprofundados a fim de ampliar os resultados desse estudo, tanto no que diz respeito aos fatores que motivam os proprietários rurais a desenvolverem as atividades no meio rural, quanto a questões relacionadas com o empreendedorismo nesse ambiente, bem como novas pesquisas que objetivem a identificação das barreiras que impedem ou dificultam que alguns agricultores familiares se tornem empreendedores rurais.

Sendo que nós como estudantes de administração podemos explorar esse nicho de mercado e prestar consultoria para estes agricultores que necessitam de maiores conhecimentos e informações sobre como gerenciar e desenvolver o negócio.

Devido à falta de recursos financeiros para a pesquisa diretamente na localidade das propriedades optou-se por entrevistas com produtores rurais que comercializam seus produtos na cidade, além de não possuir muito tempo para pesquisa. Outro fator foi de

não possuir conhecimento dos domicílios e dos produtores que residem nas propriedades rurais.

A pesquisa foi realizada com micros proprietários rurais que residem no município de Chapecó, é uma limitação da pesquisa foi falta de conhecimento sobre empreendedorismo por parte dos entrevistados, o empreendedor muitas vezes possui apenas o conhecimento vivenciado no dia a dia na sua propriedade rural ou seja o conhecimento de empirismo sem bases teóricas do assunto.



## 7. REFERÊNCIAS

AGENCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. Disponível em: <http://www.rts.org.br/noticias/destaque-2/agricultura-familiar-responde-por-70-dos-alimentos-do-pais>. Acesso em: 13 set. 2017.

ANDRADE, Aurea Lucia Silva; GONTIJO, Carla Matias; FRANÇA, Paula de Barcelos. **Gestão do Agronegócio Familiar: Estudo de Caso da Fazenda Paraíso**. Revista Brasileira de Gestão e Engenharia. Número III 2011. Disponível em <http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia> Acesso em 12 set. 2017

ARAÚJO, Massilon J. **Fundamentos de Agronegócios** - 4ª Ed. São Paulo. Atlas 2007

AVILA, Mario Lúcio de; AVILA, Silvia Starling Assad de; FERREIRA, Cleone José. **Administração Rural: Elementos De Estudo Na Fazenda Córrego Da Liberdade No Município De Ipiranga De Goiás**. Campo Largo: Revista Eletrônica de Ciência Administrativa, 2003.

BALBINO, Valdir Antonio; LIMA, Emanuel Marcos. **A gestão estratégica de custos nas pequenas agroindústrias familiares rurais: um estudo de caso em uma agroindústria de mandioca em Caarapó/MS**. Dourados/mato Grosso do Sul: Custos e @gronegócio On Line - V. 11, N. 4 – Out/dez, 2015. Disponível em : <http://www.custoseagronegocioonline.com.br/numero4v11/10%20pequena%20fazenda.pdf> Acesso em 16 out. 2017

BERNARDI, Luiz Antônio **Manual De Empreendedorismo E Gestão: Fundamentos, Estratégias, E Dinâmicas**/ Luiz Antônio Bernardi. – 1 ed. – 12. Reimpr. – São Paulo: Atlas, 2012.

BORGES, Alex Fernando; PARREIRA, José Vicente Correia; ENOQUE, Alessandro Gomes, ALMEIDA, Lorrana Laila Silva de. **Empreendedorismo Estratégico Em Empresas Familiares: Um Estudo Multicasos**. Minas Gerais: Revista Pensamento Contemporâneo em Administração, 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.12712/rpca.v11i2.841> Acesso em: 12 set. 2017

BRAUN, Mirian Beatriz Schneider; UECKER, Gelson Luiz; UECKER, Adriane Diemer. **A Gestão Dos Pequenos Empreendimentos Rurais Num Ambiente Competitivo Global E De Grandes Estratégias**. Cascavel/PR: Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural, 2005. Disponível em: <http://www.sober.org.br/palestra/2/429.pdf> Acesso em 12 set. 2017

Brito, Andréia Matos. Empreendedorismo / Andréia Matos Brito; Pedro Silvino Pereira; Ângela Patrícia Linard: ilustrado por: Cássio Fernandes Lemos; Marcel Santos Jacques; Rafael Cavalli Viapiana; Ricardo Antunes Machado. – Juazeiro do Norte: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – IFCE, 2013.

BUSS, Ricardo Niehues; SILVA, Paola. **A Administração Na Pequena Propriedade Rural**. Tocantins: Revista São Luis Orião - V.1 - N. 5, 2011

Censo Agropecuário de 2006 Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/50/agro\\_2006\\_agricultura\\_familia\\_r.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/50/agro_2006_agricultura_familia_r.pdf) Acesso em 03 out. 2017.

CHIARELLO, Maralucia; ORLOWSKI, Rosemari Fátima; WACKULICZ, Gilmar Jorge. **Feiras Livres: Uma Alternativa De Geração De Renda Aos Agricultores Familiares De Chapecó (SC)**. Chapecó: II Encontro de Economia Catarinense, 2008. Disponível em: [http://www.apec.unesc.net/II%20EEEC/sessoes\\_tematicas/Regional/Artigo15.pdf](http://www.apec.unesc.net/II%20EEEC/sessoes_tematicas/Regional/Artigo15.pdf) Acesso em 10 nov. 2017

CRESWELL, John W. **Projeto de Pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3 ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

**Código Civil - Lei 10406/02 | Lei no 10.406, de 10 de janeiro de 2002** Disponível em: <https://presrepublica.jusbrasil.com.br/legislacao/91577/codigo-civil-lei-10406-02#art-970> Acesso em 16 out. 2016

CUSTÓDIO, Telma Padilha; TÓFOLI, Eduardo Teraoka; NOGUEIRA, Ana Beatriz. **Empreendedorismo: Um Estudo Sobre A Importância Do Empreendedorismo Como Estratégia De Negócios Na Empresa Fênix Locações E Eventos**. Lins -São Paulo: Revista Científica do Unisalesiano, 2011. Disponível em: <http://www.salesianolins.br/universitaria/artigos/no4/artigo31.pdf> Acesso em: 12 set. 2017

DEGEN, Ronald Jean **O Empreendedor Como Opção De Carreira**/Ronald Jean Degen. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DONATO, José Varela **Empreendedorismo E Estratégia: Estudo De Duas Empresas Nos Setor De Refrigerantes No Ceará**/ José Varela Donato. – Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil.

DORNELAS, José Carlos **Assis Empreendedorismo: Transformando Ideias Em Negócios** / José Carlos Assis Dornelas. 4ed. –Rio de janeiro: Elsevier, 2012. – 2 reimpressão.

DRUCKER, Peter Ferdinand, 1909 – 2005. **Inovação e Espírito Empreendedor (Entrepreneurship): Prática e Princípios**/ Peter F. Drucker; tradução de Carlos Malferrari – São Paulo: Cengage Learning, 2012.

EGGERS, Keli Fabiane, GUTH, Sérgio Cavagnolli, MOTTA, Marta Elisete Ventura da, CAMARGO, Maria Emilia, FERNANDES, Alice Munz, PRUSCH, Raquel Viviane Fiamenghi, TONDOLO, Vilmar Antonio Gonçalves. **Empresa rural de piscicultura: criação de tilápias**. Caxias do sul /RS: Custos e agronegócio Online v. 13, Edição Especial – Abril - 2016. Disponível em: <http://www.custoseagronegocioonline.com.br/numero4v12/OK%2014%20tilapia.pdf> Acesso em: 16 out. 2017

FERRARI, Dilvan Luiz. **Cadeias agroalimentares curtas: a construção social de mercados de qualidade pelos agricultores familiares em Santa Catarina**.

Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto alegre, 2011. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/49829/000828691.pdf?sequence=1> Acesso em: 12 set. 2017

FLICK, UWE **Introdução a pesquisa qualitativa/** Uwe Flick; tradução Joice Elias Costa. – 3. Ed. – Porto Alegre: Artmed, 2009.

FONTANELLA, Bruno José Barcellos; RICAS, Janete; TURATO, Egberto Ribeiro. **Amostragem por saturação em pesquisas qualitativas em saúde: contribuições teóricas.** Rio de Janeiro: Cad. Saúde Pública, 2008. Disponível em: [revistas.fw.uri.br/index.php/revistadeadm/article/download/808/1348](http://revistas.fw.uri.br/index.php/revistadeadm/article/download/808/1348) Acesso em: 06 dez. 2017

GARRIDO, Loraine Rodrigues; SEHNEM, Simone. **Gestão Associativa No Empreendimento.** Frederico Westphalen: Revista de Administração, 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/csp/v24n1/02.pdf> Acesso em: 12 set. 2017

GUILHOTO, Joaquim J. M.; SILVEIRA, Fernando G.; ICHIHARA, Silvio M. and AZZONI, Carlos R.. A importância do agronegócio familiar no Brasil. *Rev. Econ. Sociol. Rural* [online]. 2006, vol.44, n.3, pp.355-382. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/resr/v44n3/a02v44n3.pdf> Acesso em 03 out. 2017

HISRICH, Robert D. **Empreendedorismo** / Robert D Hisrich, Michael P. Peters, Dean A Shepherd; tradução Teresa Felix de Sousa. – 7.ed.- Porto alegre: Bookman, 2009.

**Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA)** Disponível em: <http://www.incra.gov.br/tamanho-propriedades-rurais> Acesso em 27 set. 2017

KONRAD, Joice; SILVA, Clécio Azevedo da; **Agricultura Familiar No Oeste Catarinense: Da Colônia a Integração:** XXI Encontro Nacional de Geografia Agrária: Uberlândia, 2012.

LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos De Metodologia Científica** / Marina de Andrade Marconi, Eva Maria Lakatos. – 7 ed. – São Paulo: Atlas, 2010.

LEITE, Maurício; GUSE, Jaqueline Carla; HEIN, Nelson. **Alavancagem financeira e desempenho econômico financeiro: análise no agronegócio brasileiro.** Blumenau – Sc: Custos e agronegócio Online v. 13, Edição Especial – Abril - 2017. Disponível em: <http://www.custoseagronegocioonline.com.br/especialv13/9%20OK%20alavancagem.pdf> Acesso em: 16 out. 2017

LIMA, Charles Carminati de; PARTELI, Laís de Fátima; LOOSE, Cleberson Eller. **O Empreendedorismo Rural e a Agroindústria Familiar Na Gestão Da Atividade Agropecuária Em Rondônia:** Rac. - Revista de Administração e Contabilidade, 2015. Disponível em: <http://local.cneccsan.edu.br/revista/index.php/rac/article/view/348> Acesso em: 12 set. 2017

MALUF, R.S. **Mercados Agroalimentares e a Agricultura Familiar No Brasil: Agregação De Valor, Cadeias Integradas e Circuitos Regionais.** Ensaios FEE, Porto Alegre, v.25, n.1, p.299-322, 2004. Disponível em:

<<http://revistas.fee.tche.br/index.php/ensaios/article/viewFile/2061/2443>>. Acesso em: 19 out. 2017

MARTINS, Gilberto de Andrade **Manual para elaboração de monografias e dissertações/** Gilberto de Andrade Martins – 3. Ed.- 6 . Reimpr. – São Paulo: Atlas, 2011.

MELLO, Marcio Antônio De; SCHNEIDER Sergio **Sementes da transição: agricultores familiares produzindo novidades.** Porto Alegre: SOBER,2009. Disponível em: <http://www.sober.org.br/palestra/13/1334.pdf> Acesso em: 04 out. 2017

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira de. **Metodologia científica: um manual para a realização de pesquisas em Administração /** Maxwell Ferreira de Oliveira. -- Catalão: UFG, 2011. Disponível em: [https://adm.catalao.ufg.br/up/567/o/Manual\\_de\\_metodologia\\_cientifica\\_\\_Prof\\_Maxwell.pdf](https://adm.catalao.ufg.br/up/567/o/Manual_de_metodologia_cientifica__Prof_Maxwell.pdf) Acesso em 21 set. 2017

PINHO, José Carlos; THOMPSON, Douglas. **Condições Estruturais Empreendedoras Na Criação De Novos Negócios: A Visão De Especialistas.** São Paulo: Rae-revista de Administração de Empresas, 2016.

**RIBAS, Raul.** A MOTIVAÇÃO EMPREENDEDORA E AS TEORIAS CLÁSSICAS DA MOTIVAÇÃO. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo / Pucsp., 2011. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/caadm/article/view/7781/6624> Acesso em 12 nov. 2017

SANTOS, Adalcio Machado dos. **Empreendedorismo: Teoria e Prática.** Adalcio Machado dos Santos; Alexandre Acosta. Caçador (SC) :UNIAP,2011.

SARKAR, Soumodip, 1965- **O empreendedor inovador: faça diferente e conquiste seu espaço no mercado/** Soumodip Sakar. – Rio de Janeiro: Elsevier,2008.

SEBRAE-Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Qual a diferença entre empreendedor e empresário? Disponível em: <http://blog.sebrae-sc.com.br/empreendedor-e-empresario/> Acesso em 01 out. 2017

SCHMIDT, Serje; BOHNENBERGER, Maria Cristina. **Perfil Empreendedor e Desempenho Organizacional.** Curitiba: Rac – Revista de Administração Contemporânea, 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rac/v13n3/v13n3a07.pdf> Acesso em: 12 set. 2017

SILVA, Juliana Natália de Oliveira; ARAUJO, Geraldino Carneiro de. **Gestão de Empreendimentos Rurais: um estudo sobre os pecuaristas da região de Paranaíba-MS.:** Convibra, 2015. Disponível em: [http://www.convibra.com.br/upload/paper/2015/30/2015\\_30\\_11948.pdf](http://www.convibra.com.br/upload/paper/2015/30/2015_30_11948.pdf) Acesso em 12 set. 2017

SOUSA, Eliane Pinheiro de; FILHO, Reisoli Bender; CORONEL, Daniel Arruda; AMORIM, Airton Lopes; **Desempenho competitivo da agricultura familiar nos municípios catarinenses.** Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia

Ambiental Santa Maria, v. 19, n. 2, mai-ago. 2015, p. 760-774. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/reget/article/download/15467/pdf> Acesso em: 04 out. 2017

VERGA, Everton. SOARES, Luiz Fernando Soares da. **Empreendedorismo: Evolução Histórica, Definições E Abordagens**. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v. 3, n. 3, p. 3-30, 2014. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/34576/empreendedorismo--evolucao-historica-definicoes-e-abordagens/i/pt-br> Acesso em: 12 set. 2017

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 14 ed. São Paulo: Atlas. 2013

ZANELLA, Liane Carly Hermes **Metodologia de estudo e de pesquisa em administração**/Liane Carly Zanella. –Florianópolis :Departamento de Ciência da Administração / UFSC 2009.

PORTAL DO BRASIL Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2016/12/agronegocio-deve-ter-crescimento-de-2-em-2017> Acesso em: 27 set. 2017

PORTAL DA ECONOMIA DE SANTA CATARINA Disponível em: [http://novosite.fepese.org.br/portaldeeconomiasc/index.php?c=economia#\\_Toc346963831](http://novosite.fepese.org.br/portaldeeconomiasc/index.php?c=economia#_Toc346963831) Acesso em: 02 out. 2017

PREFEITURA DE CHAPECÓ (Município). Chapecó: **Secretaria de Desenvolvimento Rural e Meio Ambiente de Chapecó – Sedema**, 2014. Disponível em: <https://web.chapeco.sc.gov.br/documentos/?f=/Sedema/Plano%20de%20Desenvolvimento%20Rural.pdf> Acesso em: 13 set. 2017.

#### APÊNDICE A – Instrumento de coleta de dados

Essa entrevista destina-se a uma pesquisa de cunho acadêmico, cujo tema é o perfil dos empreendedores rurais.

#### **Bloco 1**

1. Quais atividades são desenvolvidas na propriedade?
2. Quanto tempo possui seu negócio?
3. Porque comercializar seus produtos na cidade?
4. Alguém da sua família exercia algum tipo de atividade semelhante à sua? (Se sim, essa pessoa foi uma fonte de inspiração para você)
5. Já possuía algum conhecimento sobre o negócio que iria gerenciar?

6. Quais são os pontos fortes e fracos em relação ao seu negócio? Em relação aos pontos fracos, o que faria o senhor deixar estar presentes nas feiras?
7. Houve uma necessidade de recursos externos (físico, humanos, capacitação) para iniciar seu negócio? (Sobre a capacitação se ele utiliza esse conhecimento no dia a dia)
8. Qual foi o momento mais crítico no início do negócio? Como foi superado?
9. Como é o envolvimento da sua família com o negócio? Ela exerceu influência no processo de gestão?
10. Há algum incentivo por parte do governo para o desenvolvimento do seu negócio?  
Se sim qual?
11. A(s) atividade(s) escolhida(s) representa(m) uma alternativa ou se trata da única fonte de renda da família? Se a alternativa, quais as outras fontes de renda?

### **Bloco 2 - Características**

12. O senhor se considera um empresário por fatores de necessidade ou foi oportunidade de mercado?
13. Como o senhor(a) planeja a comercialização de seus produtos ao longo do mês?
14. O que poderia prejudicar (inviabilizar) a comercialização de seus produtos?
15. Quais foram ou quais são os obstáculos encontrados na atividade produtiva rural?  
Como resolve ou resolveu esses obstáculos?
16. O senhor tem algum produto que seja único que e comercializado na feira?

### **Bloco 3**

17. Onde está localizada sua propriedade?
- 

18. Idade:

- 16 a 21 anos
- 22 a 27 anos
- 28 a 33 anos
- 34 a 39 anos
- 40 a 45 anos
- 46 a 51 anos
- 52 a 57 anos
- Acima de 58 anos

19. Gênero:

Feminino

Masculino

20. Estado Civil:

Solteiro (a)

Casado (a)

União estável

Viúvo (a)

Divorciado/Separado

21. Escolaridade:

Ensino Fundamental - Incompleto

Ensino Fundamental - Completo

Ensino Médio - Incompleto

Ensino Médio - Completo

Ensino Superior - Incompleto

Ensino Superior - Completo

22. Renda Familiar:

Até 1 salário mínimo

Entre 1 e 2 salários mínimos

Entre 3 e 4 salários mínimos

Entre 5 e 6 salários mínimos

Entre 7 e 9 salários mínimos

Entre 10 e 12 salários mínimos

Acima de 13 salários mínimos

APÊNDICE B – Termo De Consentimento Livre e Esclarecido

## **O PERFIL DOS MICROS EMPRESÁRIOS RURAIS - UM ESTUDO MULTICASOS**

Prezado (a) participante,

Você está sendo convidado (a) a participar da pesquisa intitulada O PERFIL DOS MICROS EMPRESÁRIOS RURAIS: um estudo multicasos, desenvolvida por Danimar Pedrotti, discente de graduação em Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), Campus de Chapecó, sob orientação do Professor Dr. Fabrício Simplício Maia.

O objetivo central do estudo é: discutir o perfil dos pequenos empresários rurais: um estudo multicasos, o qual justifica-se, sobretudo, pela relevância do agronegócio para a economia nacional e mundial, sua representatividade para a região em estudo e a importância do gerenciamento eficiente das microempresas rurais na busca por empreendimentos competitivos e sustentáveis. Desse modo, o convite para participar da pesquisa se deve a sua classificação como empresário/dirigente de microempresas rurais e a importância do segmento agropecuário para o município.

Sua participação não é obrigatória e você tem plena autonomia para decidir se quer ou não participar, bem como desistir da colaboração neste estudo no momento em que desejar, sem necessidade de qualquer explicação e sem nenhuma forma de penalização. Você não será penalizado de nenhuma maneira caso decida não consentir sua participação, ou desista da mesma. Contudo, ela é muito importante para a execução da pesquisa.

Você não receberá remuneração e nenhum tipo de recompensa nesta pesquisa, sendo sua participação voluntária.

Serão garantidas a confidencialidade e a privacidade das informações por você prestadas. Qualquer dado que possa identificá-lo será omitido na divulgação dos resultados da pesquisa e o material armazenado em local seguro.

A qualquer momento, durante a pesquisa, ou posteriormente, você poderá solicitar do pesquisador informações sobre sua participação e/ou sobre a pesquisa, o que poderá ser feito por meio dos meios de contato explicitados neste Termo.

A sua participação consistirá em responder perguntas de um roteiro de entrevista à pesquisadora do projeto e os dados a serem coletados estão relacionados ao seu perfil socioeconômico, caracterização da empresa rural na qual reside e características dos processos de gestão adotados na empresa rural.

O tempo de duração da entrevista é de aproximadamente quarenta e cinco minutos. Sendo a entrevista gravada somente para a transcrição das informações e somente com a sua autorização.

Assinale a seguir conforme sua autorização:

Autorizo gravação       Não autorizo gravação

O benefício relacionado com a sua colaboração nesta pesquisa é o de representar os microempresários do município pesquisado no que se refere às características adotadas nos processos de gestão da empresa rural.

Os resultados serão divulgados em eventos e/ou publicações científicas mantendo



sigilo dos dados pessoais.

Caso concorde em participar, uma via deste termo ficará em seu poder e a outra será entregue ao pesquisador.

Desde já agradecemos sua participação!

Chapecó , outubro de 2017.

---

Assinatura do Pesquisador Responsável

Contato profissional com a pesquisadora responsável:

Tel.: (49) 99921-6844

E-mail: [dany\\_pedrotty@hotmail.com](mailto:dany_pedrotty@hotmail.com)

Declaro que entendi os objetivos e condições de minha participação na pesquisa e concordo em participar.

Nome completo do (a) participante: \_\_\_\_\_.

Assinatura: \_\_\_\_\_.