

## CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS DO PRODUTOR RURAL CAPIXABA CHARACTERISTICS OF RURAL ENTREPRENEURS FROM ESPÍRITO SANTO

**Juliana Binow Ferreira**

Graduada em Ciências Contábeis na Fucepe Business School, Vitória (ES), Brasil

Data de recebimento: 15-09-2014

Data de aceite: 06-06-2017

**Sarah Venturim Lasso**

Mestre em Administração na Fucepe Business School, Vitória (ES), Brasil

**Emerson Mainardes**

Doutor em Administração, professor da Fucepe Business School, Vitória (ES), Brasil

### RESUMO

Esta pesquisa teve por finalidade identificar quais as características que afetam a percepção do produtor rural capixaba sobre o ponto de vista do que seja um empreendedor rural inovador e diferenciado. A fundamentação teórica do estudo foi baseada no empreendedorismo e no empreendedorismo rural. Os métodos utilizados tiveram caráter quantitativo, descritivo e com corte transversal, utilizando-se de dados primários. Para analisar os dados obtidos junto a 163 produtores rurais foram utilizadas as técnicas de regressão múltipla e estatística descritiva. Foi percebido que os empreendedores rurais capixabas são homens com idade entre 40 a 45 anos, que atuam no ramo da agricultura e deram início aos seus negócios por meio de heranças. O empreendedor rural capixaba reconhece a importância de saber se o seu empreendimento está dando lucro, de acompanhar os preços dos produtos e insumos e de ter atitude diante das dificuldades financeiras. Foi percebido também que alguns comportamentos influenciam suas percepções de inovação, como separar os gastos da empresa e da família e se tornar exemplo para os outros.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo; empreendedorismo rural; empreendedorismo rural capixaba.

### ABSTRACT

This research aimed to identify which characteristics affect the perception of farmers from Espírito Santo, Brazil, on the point of view of what is innovative and differentiated rural entrepreneur. The literature review of study was based on entrepreneurship and rural entrepreneurship. The methods used were quantitative, descriptive and cross-sectional, using primary data. To analyze the data obtained from 163 farmers, multiple regression technique and descriptive statistics were used. It was noticed that "capixabas" rural entrepreneurs are men aged 40-45 years who work in the area of agriculture and gave start to their business through inheritance. The "capixaba" rural entrepreneur recognizes the importance of monitoring whether your enterprise is making a profit or loss, besides monitoring the prices of products and inputs and facing financial difficulties. It was noticed that some behaviors influence their perceptions of innovation, for example, separate the expenses of the company from the family and be an example for other producers.

**Keywords:** Entrepreneurship; rural entrepreneurship; rural entrepreneurship from Espírito Santo.

#### Endereço dos autores:

**Juliana Binow Ferreira**

juh\_binow@hotmail.com

**Sarah Venturim Lasso**

sarahvlasso@gmail.com

**Emerson Mainardes**

emerson@fucepe.br

## 1. INTRODUÇÃO

Com o crescimento da competitividade, surgiu a necessidade de analisar modelos de organização em ambientes turbulentos e em constante mudança, que influenciam todas as áreas da economia, inclusive os empreendimentos rurais (GAFFURI et al., 2005). Além disso, a agricultura ainda não consegue acompanhar o ritmo do mundo globalizado e o aumento do desenvolvimento econômico (RIBEIRO; ALMEIDA, 2009), assim, muitas empresas rurais não permanecem no mercado (PEREIRA, 2001).

No Brasil, percebe-se historicamente que gestores rurais têm dificuldade de alcançar a agilidade e a eficiência necessárias para que seus empreendimentos se mantenham em posições competitivas no mercado (CANZIANI, 2001). Para mudar esse cenário, uma alternativa é que os produtores rurais desenvolvam as suas próprias características empreendedoras. Para Fillion (1991), o empreendedor é aquele que possui capacidade para atingir seus objetivos, detectar as oportunidades do mercado e tomar decisões necessárias. Por outro lado, as características empreendedoras têm sido raramente investigadas no universo de produtores rurais (CELLA; PERES, 2002).

Assim, este estudo teve como objetivo identificar que as características empreendedoras afetam a percepção do empreendedor rural capixaba sobre o que seja um empreendedor rural inovador e diferenciado, tomando por base o modelo proposto por Cella e Peres (2002). Dessa forma, é possível observar as características empreendedoras dos produtos rurais capixabas e o que está associado, na visão deles, à inovação e diferenciação no ambiente rural.

Por ser uma temática raramente abordada na literatura de gestão, este estudo se justifica teoricamente por conectar o empreendedorismo ao produtor rural. Esse tipo de conexão tem sido pouco observado na literatura, pois grande parte das

pesquisas sobre empreendedorismo aborda pequenas e médias empresas em ambientes tradicionais, como comércio, serviços e indústria (GREATTI; SENHORINI, 2000). Além disso, especialmente no Brasil, o produtor rural muitas vezes não é visto sob a ótica do empreendedorismo (CELLA; PERES, 2002).

Sob o olhar da prática de mercado, percebe-se que o empreendedor rural almeja aumentar seu poder político, econômico e social, assim como qualidade de vida, além de auxiliar no aumento da renda líquida dos produtores rurais (SILVA, 2010). Segundo Gaffuri et al. (2005), os empreendedores são responsáveis pelo desenvolvimento econômico, estimulando uma economia competitiva e o surgimento de novas oportunidades. Visando isso, a pesquisa se justifica pela importância do empreendedor rural no desenvolvimento da economia.

Neste estudo, inicialmente tem-se o referencial teórico, contendo as características dos empreendedores e sua importância. Em seguida, a metodologia, a discussão dos resultados e a conclusão, contendo sugestões para o empreendedor e para as ações governamentais, além das contribuições acadêmicas. Fecha-se o estudo com sugestões para pesquisas futuras.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1. Empreendedorismo

Segundo Fillion (2000), organizações geradas por empreendedores são na verdade uma exploração de seus mundos subjetivos. Além de definirem situações, os empreendedores imaginam visões sobre o que desejam atingir. Nesse sentido, empreendedores devem ter uma abordagem imaginativa, como também devem ser capazes de traçar sua própria estrutura de trabalho. Empreendedores reconhecem seu espaço, têm uma visão de sua ocupação no mercado e identificam o tipo de

organização essencial para que os objetivos traçados pela sua empresa sejam alcançados, permitindo que o empreendedor permaneça competindo no mercado (Idem, 1991).

De acordo com Greatti e Senhorini (2000), o indivíduo empreendedor tende a ter alguns aspectos, entre eles: persistência; encanto pela competição; batalhar para a realização de seus objetivos; confiança própria; aprender com os seus erros e com os dos outros; planejar o futuro; ser otimista; envolver-se com grupos de interesses semelhantes; arriscar-se; ser bem informado; estar disposto a aprender sempre, uma vez que mudanças ocorrem constantemente e decisões do passado não servem

mais para o futuro. Os autores identificaram dez comportamentos básicos empreendedores, identificados por McClelland (GREATTI; SENHORINI, 2000) e divididos em três grupos: “Realização”, “Planejamento” e “Poder”, como pode ser visualizado no Quadro 1.

Nas características dos empreendedores, é essencial acentuar a necessidade de realização, o preparo para correr riscos, ser persistente, ter autoconfiança, otimismo e coragem para criar e realizar um novo negócio (Ibidem, 2000). Dessa forma, entende-se que um produtor rural com essas características pode ser considerado um verdadeiro empreendedor que tende a alcançar os seus objetivos.

**Quadro 1** – Comportamentos básicos de empreendedores identificados por McClelland

Grupos	Comportamentos	Características
<b>Realização</b>	Busca de oportunidades e iniciativas	Examina novos espaços de atuação, produtos e serviços a fim de ampliar seu empreendimento; desfruta de oportunidades para iniciar um novo negócio, conquistar financiamentos, equipamentos, espaços ou assistência.
	Persistência	Atua à frente de obstáculos; enfrenta desafios ou dificuldades; responsabiliza-se pela realização dos objetivos determinados; deve ter competência para examinar resultados e aprender com seus erros.
	Correr riscos calculados	Verifica e avalia as opções; atua para minimizar riscos ou monitorar resultados; atua em situações de riscos moderados, desde que sejam calculados, nas quais as chances de sucesso superam as de fracasso.
	Exigência de qualidade e eficiência	Desempenha a melhor maneira, mais rapidamente ou com menor custo; concede a forma que atende ou ultrapassa os padrões de excelência; responsabiliza-se pelo cumprimento do prazo determinado.
	Comprometimento	Esforça-se para terminar uma tarefa contratada, priorizando a satisfação dos clientes; dá preferência à boa vontade em longo prazo em vez de lucro em curto prazo.
<b>Planejamento</b>	Busca de informações	Procura informações sobre clientes, fornecedores e concorrentes; examina o modo de fabricar o produto ou de demonstrar o serviço; requer assessoria técnica ou comercial para executar estratégias racionais.
	Estabelecimento de metas	Estabelece objetivos que representam significados pessoais; determina metas em longo prazo, claras e específicas e metas de curto prazo mensuráveis.
	Planejamento e monitoramento sistemáticos	Planeja grandes projetos; conduz e confere seus planos; guarda registros financeiros e os aproveita para tomar decisões.
<b>Poder</b>	Independência e autoconfiança	Procura obter autonomia em diversos grupos; preserva seus pensamentos e decisões, mesmo com a discordância de outros; revela confiança em si próprio para conduzir uma tarefa.
	Persuasão e rede de contatos	Estabelece estratégias para induzir e influenciar os demais; atua para crescer e atender relações comerciais.

Fonte: Greatti e Senhorini, 2000.

## 2.2. Empreendedorismo rural

Como já visto em Gaffuri et al. (2005), a competitividade do mercado vem crescendo e, portanto, surge a necessidade de rever modelos de organização em todas as áreas, inclusive no meio rural. Para acompanhar o mercado, o empreendedor rural deve conseguir constantemente informações atualizadas que o ajudem em suas decisões. É fundamental ter um grande conhecimento sobre sua propriedade e o ambiente em que a empresa está inserida (SANTOS; SANTOS, 2008).

A gestão de empresas procura realizar objetivos das organizações por meio da interação entre trabalhadores e recursos. No caso de empresas rurais, a gestão determina a alocação de recursos escassos em produções diversas (LOURENZANI; SOUZA FILHO; BANKUTI, 2003). Para Sachuk e Augusto (2008), sendo a agricultura relevante para o crescimento econômico, tanto pelo aproveitamento de recursos como pelo aumento de renda, o empreendimento rural se mostra essencial para atingir o desenvolvimento de localidades rurais (LOURENZANI; SOUZA FILHO; BANKUTI, 2003).

Porém, no Brasil, vários gestores rurais não estão alcançando a agilidade e a eficiência necessárias para seus empreendimentos se manterem em posições competitivas no mercado, devido ao fato de que as empresas rurais não têm dado a necessária atenção para a área da administração. Há algumas hipóteses que podem explicar o ocorrido, como a insuficiência de conhecimento em administração rural, que pode levar ao uso impróprio de muitas técnicas e recursos, aliada à insuficiência de determinadas habilidades e atitudes de desconfiança de alguns produtores quanto às novas técnicas de gestão (CANZIANI, 2001). Para Ribeiro e Almeida (2009), a agricultura não consegue seguir a globalização e o aumento do desenvolvimento

econômico. Os principais problemas visualizados nesse setor são:

- 1) Existência de um envelhecimento da população rural;
- 2) Insuficiência de investimento e criação de oportunidades inovadoras;
- 3) Ausência de jovens empreendedores rurais;
- 4) A formação desenvolvida é insuficiente para emitir conhecimentos e desenvolver capacidades nos jovens.

Devido a problemas como esses, existem as incubadoras de empresas, que estimulam o empreendedorismo rural, provocando o surgimento de novas empresas inovadoras e orientadas para o mercado (ALBERTO; RODRIGUES, 2012). De acordo com Akgün et al. (2011), o empreendedorismo é um dos principais instrumentos para o desenvolvimento e a exploração do capital rural. Porém, os produtores rurais tendem a ter pensamentos e atitudes conservadoras, provocando uma barreira para mudanças. Por outro lado, o meio rural empreendedor pode não só atrair novos produtores como também incentivar os membros locais a empreenderem.

Segundo Cella e Peres (2002), existem várias características que podem ser atribuídas a um produtor rural realmente empreendedor, que busca mais do que simplesmente a maximização do lucro. Algumas delas podem ser visualizadas no Quadro 2.

Para Cella e Peres (2002), as características mais relevantes de um produtor rural com viés empreendedor são as de competência, compartilhamento de risco, planejamento, envolvimento da família, meio ambiente, fator financeiro, gerenciamento pessoal, organização da produção, aproveitamento de oportunidade e experiência comercial.

**Quadro 2** – Características de produtor rural com viés empreendedor

<b>Competência</b>	Conhecimentos técnicos e produtivos, aptidões, habilidades e atitudes que direcionam o empreendedor rural na tomada de decisão.
<b>Compartilhamento de risco</b>	Realização de parcerias; associações de exploração agropecuária.
<b>Planejamento</b>	Divulgação das atividades rotineiras a todos os envolvidos; esclarecimento quanto às direções futuras da propriedade.
<b>Envolvimento da família</b>	Capaz de absorver ou envolver a mão de obra familiar na atividade produtiva ou de envolvê-la com aspectos relacionados ao planejamento e gerenciamento dos negócios fora da propriedade.
<b>Meio ambiente</b>	A preservação do meio ambiente é um dos elementos essenciais para um produtor de sucesso.
<b>Fator financeiro</b>	A análise das condições financeiras permite a compreensão do empreendimento rural; sintetiza as consequências financeiras devido à escolha de determinada estratégia.
<b>Gerenciamento pessoal</b>	Capacidade do produtor em obter trabalhadores habilitados, tornando as tarefas mais eficientes possíveis.
<b>Organização da produção</b>	Identifica a capacidade de produção dado os recursos disponíveis e alavanca seus recursos por meio de parcerias.
<b>Aproveitamento de oportunidade</b>	Determina e reavalia a sequência de operações essenciais para a produção, agregando novas informações ao planejamento.
<b>Experiência comercial</b>	Conhecimento do empreendedor em questões comerciais em vista de sua experiência pessoal e dos resultados obtidos anteriormente; tem a capacidade para determinar a melhor estratégia de compra e venda.

Fonte: Cella e Peres, 2002.

### 3. MODELO PROPOSTO

Como mostra o Quadro 3, o modelo para a aplicação do questionário foi baseado em Cella e Peres (2002) e tem como finalidade identificar as características do empreendedor rural. No modelo utilizado, foram destacadas quatro áreas da organização: produção, finanças, comercialização e recursos humanos, que são relacionadas às quatro áreas administrativas, planejamento, organização, direção e controle estratégico e operacionais do empreendedor. Dentro de cada área há afirmativas que englobam características que podem ser atribuídas ao empreendedor rural.

Observando o Quadro 3, percebe-se que algumas variáveis foram excluídas. Em relação às finanças, foram excluídas as afirmações de organização estratégica e controle estratégico, ou seja, saber controlar os gastos de modo que seja possível saber o lucro e fazer anotações dos seus gastos e obrigações financeiras. Na comercialização, foram excluídas as afirmações de organização operacional e controle estratégico, isto é, distinguir a má informação da boa informação e conhecer os preços históricos dos produtos. A exclusão dessas afirmações ocorreu por

conta de outras variáveis que abordavam o mesmo assunto, ocorrendo sobreposição de variáveis.

Explicando o modelo de Cella e Peres (2002), pode-se considerar que o planejamento é uma função administrativa que determina quais são os objetivos do empreendimento e como executá-los. No decorrer das atividades, é possível identificar as oportunidades e os problemas que podem aparecer, sendo que os empreendedores devem reconhecer essas oportunidades estratégicas (CELLA, 2002; HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014).

Para Cella (2002), o planejamento é importante tanto para a divulgação das atividades rotineiras quanto para o esclarecimento das diretrizes futuras da propriedade. Essa ferramenta é capaz de alertar os produtores rurais quanto às mudanças que ocorrem no mercado, tanto na economia quanto na tecnologia, no clima e em custos (MARION; SEGATTI, 2005). O planejamento escrito vem sendo utilizado com maior frequência entre os produtores, provocando um aumento em serviços administrativos. Esses planejamentos escritos não devem ser padronizados, pois algumas características pessoais dos produtores interferem em sua

**Quadro 3 – Modelo proposto**

	<b>Produção</b>	<b>Finanças</b>	<b>Comercialização</b>	<b>Recursos humanos</b>
<b>Planejamento estratégico</b>	O empreendedor rural faz a diversificação da produção para se proteger de frustrações de safras e preços baixos, como também para diminuir as variações de sua renda.	O empreendedor rural tem como objetivo principal do empreendimento rural promover um bom padrão de vida para a família, por exemplo, dar boa educação para os filhos, ter um bom plano de saúde e dispor de conforto dentro de casa).	O empreendedor rural é aquele que deixa para a cooperativa toda a estratégia de comercialização de sua produção.	O empreendedor rural sempre delega atividades aos filhos com o objetivo de produzir um sucessor e dar continuidade à propriedade rural no futuro.
<b>Planejamento operacional</b>	O empreendedor rural define o que vai produzir anualmente com base nos preços de mercado.	O empreendedor rural faz planejamento ou orçamento de qual é a melhor época para comprar adubo, sementes, defensivos agrícolas.	O empreendedor rural é aquele que vende sua produção apenas quando precisa de recursos financeiros.	O empreendedor rural é aquele que sempre consegue tirar férias e viajar ao menos uma vez por ano.
<b>Organização estratégica</b>	O empreendedor rural sempre adota a estratégia de fazer parceria, associação ou condomínios de produção agropecuária para diminuir os custos de produção e os riscos da atividade agrícola.	O empreendedor rural sempre controla seus gastos e sabe analisar os dados levantados (anotados) de modo que seja possível saber qual foi o lucro obtido em cada atividade (excluída do modelo).	O empreendedor rural sempre é o responsável pelas compras e vendas na propriedade; só transações de pequenos valores podem ser feitas pelos empregados da propriedade.	O empreendedor rural sempre participa de encontros técnicos, cursos e feiras agropecuárias, e estimula seus empregados e familiares a participarem de cursos de capacitação rural.
<b>Organização operacional</b>	O empreendedor rural sempre mantém a lavoura com um bom aspecto visual, livre de pragas e doenças, e mantém instalações, máquinas e equipamentos limpos e bem conservados.	O empreendedor rural sempre possui um sistema de controle, mesmo que simplificado, do tipo “entradas e saídas de dinheiro do caixa”.	O empreendedor rural é aquele que sabe distinguir a boa informação da má, quanto a preços e qualidade dos insumos disponíveis no mercado (excluída do modelo).	O empreendedor rural deve estar sempre presente na propriedade rural, pois assim ele pode acompanhar e participar de perto do desenvolvimento dos trabalhos.
<b>Direção estratégica</b>	O empreendedor rural é inovador, sempre adota rapidamente novas técnicas de produção e investe em novas máquinas e equipamentos.	O empreendedor rural sempre toma atitude diante das dificuldades financeiras e não fica esperando, passivamente do governo, uma solução para seus problemas.	O empreendedor rural sabe que sem a cooperativa ele acabará na mão de intermediários inescrupulosos ou de grandes empresas na hora de vender sua produção.	O empreendedor rural faz com que todos os empregados fiquem sabendo o que foi planejado, assim, todos sabem o que têm de fazer.
<b>Direção organizacional</b>	O empreendedor rural é aquele que é copiado pelos outros, que serve de exemplo na forma de condução do seu empreendimento.	O empreendedor rural sempre vende sua produção de acordo com a necessidade de caixa (dinheiro) para pagar os compromissos financeiros.	O empreendedor rural é aquele que acompanha cotidianamente os preços de mercado, tanto dos produtores quanto dos insumos.	O empreendedor rural sempre passa as ordens de serviço aos empregados de forma clara e direta.
<b>Controle estratégico</b>	O empreendedor rural consegue uma produtividade mais alta e custos mais baixos que seus vizinhos.	O empreendedor rural é aquele que faz anotações de seus gastos e obrigações financeiras em longo prazo (excluída do modelo).	O empreendedor rural é aquele que conhece ou procura informações sobre os preços históricos dos produtos (séries históricas de preços) (excluída do modelo).	O empreendedor rural é aquele que conhece bem as pessoas que trabalham em sua propriedade.
<b>Controle organizacional</b>	O empreendedor rural é aquele que sabe efetivamente se suas atividades estão dando lucro ou prejuízo.	O empreendedor rural sempre tem um controle separado dos gastos com sua família e dos gastos com as atividades da propriedade.	O empreendedor rural sempre procura adquirir insumos a preços menores e compra somente o necessário.	O empreendedor rural sempre zela por sua imagem visual.

Fonte: Cella e Peres (2002).

percepção sobre o melhor planejamento que deve ser utilizado (CANZIANI, 2001).

Para o planejamento de produção, é necessário compreender todas as características do produto, pois cada tem sua particularidade, tanto no ciclo produtivo quanto na sensibilidade às mudanças climáticas (SARAIVA et al., 2013). Segundo Canziani (2001), no planejamento da produção ainda existe certa desconfiança dos produtores rurais sobre a previsão dos futuros preços dos produtos agropecuários. O planejamento de produção pode ser alterado de acordo com os preços das safras anteriores.

Em relação ao planejamento financeiro e comercial, há certa fragilidade. A má construção de um planejamento financeiro pode ocasionar grandes problemas para a empresa, pois administrar inadequadamente o capital da empresa pode impossibilitar uma oportunidade de investimentos (CANZIANI, 2001). Para Marion e Segatti (2005), o orçamento é essencial, visto que envolve todas as partes do empreendimento, presumindo as receitas e despesas da empresa.

No processo de organização estratégica e operacional ocorre o processo de alocação de atividades e recursos para alcançar os objetivos propostos (SAUAIA; SYLOS, 2000). Segundo Canziani (2001), a maior parte do trabalho de organização é concentrada na produção, e uma boa organização na produção é essencial para o sucesso de um empreendimento rural. Nesse caso, o desenvolvimento de softwares mais simples na área de organização financeira ajuda a gerar resultados mais fáceis de serem interpretados pelos produtores, porém, estes ainda têm dificuldades para entendê-lo e utilizá-lo (Ibidem, 2001).

Para Canziani (2001), a organização da comercialização se divide em compras e vendas. Produtores geralmente compram insumos de empresas do tipo oligopólio, porém com grande variedade. Em relação à venda, os produtores sofrem com cobranças de seus clientes para que

cumpram o compromisso da entrega (SAUAIA; SYLOS, 2000).

A direção corresponde a dirigir, influenciar e motivar funcionários a realizarem tarefas essenciais (Ibidem, 2010). Na direção produtiva é necessário ter boa produtividade, porém, essa característica não é o suficiente para o sucesso econômico do empreendimento. Os produtores se dirigem à produção para atingir maior produtividade, mas isso não acontece a qualquer custo, pois sabem que há a necessidade de planejar e controlar seus empreendimentos. Com a falta de profissionais qualificados, a direção da comercialização se centraliza no produtor rural (CANZIANI, 2001).

O controle acompanha e avalia as atividades que foram realizadas, comparando o que foi planejado, organizado e direcionado com o que realmente foi realizado (CELLA, 2002; CHIAVENATO; SAPIRO, 2003; SAUAIA; SYLOS, 2000). Com o controle, os empreendedores podem estabelecer a quantidade dos produtos a serem utilizados, e realizar planos para a produção (LUSTOSA et al., 2008). Assim, é implementado no empreendimento um controle, visando ter maior segurança, sendo que os empreendedores normalmente não utilizam sistemas muito detalhados, devido à grande dificuldade de conseguir dados exatos. Um sistema simples costuma ser suficiente para uma boa administração (CANZIANI, 2001).

Em suma, o modelo proposto parece ser adequado para analisar o empreendedor rural. Sendo assim, tal modelo foi utilizado para conhecer as percepções do empreendedor rural sobre as formas de gestão e de atuação, auxiliando no entendimento do empreendedorismo no meio rural.

#### 4. METODOLOGIA

Para atender aos objetivos da pesquisa, o método utilizado teve caráter quantitativo, descritivo e com corte transversal, utilizando-se de dados

primários. Quantitativo pois a pesquisa é expressa em dados numéricos, descritivo por descrever as percepções do empreendedor rural capixaba, e com corte transversal por ser em um período de tempo definido (HAIR JUNIOR et al., 2005).

A população considerada neste estudo se trata dos empreendedores rurais do estado do Espírito Santo, podendo ser de pequeno e grande porte, em diversos ramos, como, agricultura, indústria madeireira, serviços, pecuária, laticínios, artesanato e indústria alimentícia. A amostra utilizada foi não probabilística e por acessibilidade, pois os empreendedores rurais que responderam ao questionário estavam disponíveis de maneira voluntária para participar da pesquisa (Ibidem, 2005).

Para a coleta de dados, foi utilizado um questionário de trinta e oito questões, baseado no modelo de Cella e Peres (2002). As afirmações tiveram como finalidade verificar as percepções do empreendedor rural capixaba, especialmente comportamentos e modos de gestão. O questionário foi dividido em questões de controle, caracterização de amostra e percepções do empreendedor rural. Conteve, assim, trinta afirmações acompanhadas de uma escala de 0 (discordância total com a afirmação) a 10 (concordância total com a afirmação), em que o empreendedor respondia atribuindo notas para as afirmações do questionário, no intuito de medir as percepções do produtor rural capixaba. O modelo de Cella e Peres (2002), encontrado no Quadro 3, consiste em trinta e duas afirmações, e neste estudo foram utilizadas apenas vinte e oito delas. As afirmações não utilizadas do modelo foram:

- Em relação às finanças, foram excluídas as variáveis correspondentes à organização estratégica (controle de gastos e geração de lucro) e ao controle organizacional (fazer anotações dos gastos e anotações financeiras). A exclusão das variáveis se deu pelo

fato da existência de outras variáveis que abordam esses assuntos.

- Em relação à comercialização, foram excluídas as variáveis correspondentes à organização operacional (distinguir a má informação da boa informação) e controle estratégico (conhecer e procurar informações dos preços). A eliminação dessas variáveis se deu pela existência de variáveis que abordam o mesmo assunto.

Além disso, foram acrescentadas duas afirmações, uma a respeito de o empreendedor rural priorizar a satisfação de seus clientes e outra sobre uma variável dependente que consiste na percepção de inovação do empreendedor.

No questionário havia duas questões de controle, sendo uma para identificar se o respondente é um empreendedor rural e outra para detectar a localização do empreendedor, uma vez que o foco da pesquisa se trata dos empreendedores capixabas. Para complementar o questionário foram feitas seis questões de caracterização da amostra, que identificaram o entrevistado em gênero, faixa etária, tempo de atuação na área, como se tornou um empreendedor rural, seu ramo de atuação e sua formação acadêmica.

O questionário foi aberto em fevereiro de 2014, criado a partir da ferramenta Google Docs. A distribuição do questionário foi realizada por e-mails, Facebook, Twitter e outras contas, além de ter sido entregue impresso para empreendedores rurais de cidades capixabas diversas, entre elas: Venda Nova do Imigrante, Conceição do Castelo, Vargem Alta, Santa Teresa e Santa Maria de Jetibá. O questionário também foi enviado também para sites das cooperativas e empresas rurais em geral, e foi encerrado em maio de 2014. Foram obtidas 178 respostas, porém apenas 163 foram utilizadas na amostra final, pois passaram nas questões de controle, que perguntavam se o respondente era dono de um empreendimento rural e se este se localizava no Espírito Santo.

Para analisar os dados obtidos na pesquisa e responder ao objetivo do estudo foram utilizadas as técnicas de regressão linear múltipla, estatística descritiva e caracterização de amostra. A caracterização da amostra foi feita para analisar as características do empreendedor capixaba. A estatística descritiva foi realizada para analisar as percepções médias dos respondentes, observando características comportamentais, conhecimentos e o modo de desenvolver e gerenciar do empreendedor. A regressão linear múltipla foi realizada para analisar a percepção de inovação do empreendedor rural em relação às variáveis do modelo. A variável dependente foi a afirmativa relativa ao empreendedor ser inovador e tentar se diferenciar, e as variáveis independentes foram as afirmações encontradas no Quadro 3, totalizando 28 variáveis.

## 5. ANÁLISE DOS DADOS

### 5.1. Caracterização da amostra

Foram analisados os dados dos empreendedores rurais respondentes, e suas características foram resumidas na Tabela 1.

Analisando os dados, pode-se observar que 71,78% da amostra de empreendedores rurais capixabas são do gênero masculino, e com faixa etária predominante de 40 a 45 anos (30,67%). Também se percebe um número razoável de empreendedores com idade média de 31 a 40 anos (26,38%) e 18 a 24 anos (22,08%). O resultado corrobora a pesquisa de Cella (2002), que identificou os produtores rurais com uma idade média de 43,2 anos.

O tempo de atuação da maioria dos respondentes é de acima de 10 anos (60,74%), e se tornaram empreendedores rurais por meio de herança (63,80%) ou iniciativa própria (31,90%). Observando o ramo em que os participantes operam, nota-se que 70,55% trabalham com

agricultura e 20,85% operam em duas áreas diferentes, sendo uma delas a agricultura.

De acordo com a formação acadêmica, percebe-se que 37,43% dos empreendedores respondentes concluíram o ensino médio; e 25,15% concluíram apenas o ensino fundamental. Em relação aos que concluíram o ensino superior, verifica-se que correspondem a 29,44% dos respondentes.

Comparando a caracterização da amostra com a pesquisa de Santos e Santos (2008) com empreendedores que atuam no ramo de turismo rural, em relação ao gênero, 66,7% dos respondentes eram do gênero feminino, ao contrário dos dados analisados neste estudo, no qual apenas 28,22% são do gênero feminino. Por outro lado, os resultados aqui obtidos se mostram semelhantes à pesquisa de Pereira (2001), na qual 20% dos respondentes eram do gênero feminino e 80% do gênero masculino. Isso pode significar que no turismo rural há maior presença feminina, mas no setor rural tradicional a presença masculina permanece.

Sobre a formação acadêmica, na pesquisa de Santos e Santos (2008), 66,7% dos respondentes possuíam graduação, e 33,3% possuíam pós-graduação, enquanto na amostra deste estudo 29,44% dos respondentes possuíam graduação e 4,3% possuíam pós-graduação. No estudo de Pereira (2001), 42% dos respondentes possuíam formação acadêmica no ensino médio e 16% no ensino fundamental, enquanto nesta análise 37,43% dos respondentes possuíam ensino médio e 25,15% possuíam ensino fundamental. Isso indica que a formação do produtor rural é de ensino médio ou inferior.

Verifica-se neste estudo que a maioria dos empreendedores rurais capixabas é formada por homens maduros, que se tornaram empreendedores por meio de herança no ramo da agricultura. Em relação ao tempo em que atuam na atividade, a amostra é bem distribuída, portanto, há empreendedores que atuam na área há cinco anos e outros há vinte anos. Os empreendedores respondentes

**Tabela 1** – Caracterização da amostra

		Número	Percentual (%)
<b>Gênero</b>	Feminino	46	28,22
	Masculino	117	71,78
<b>Faixa etária</b>	18-24 anos	36	22,08
	25-30 anos	20	12,26
	31-40 anos	43	26,38
	40-45 anos	50	30,67
	Acima de 55 anos	14	8,61
<b>Tempo como empreendedor rural</b>	0-5 anos	38	23,31
	5,1-10 anos	26	15,95
	10,1-15 anos	31	19,01
	15,1-20 anos	27	16,56
	Acima de 20 anos	41	25,17
<b>Como se tornou empreendedor rural</b>	Herdeiros	104	63,80
	Iniciação própria	52	31,90
	Outros	7	4,30
<b>Ramo do empreendimento</b>	Agricultura	115	70,55
	Agricultura mais outro ramo	34	20,85
	Pecuária	6	3,70
	Outros	8	4,90
<b>Formação acadêmica</b>	Ensino fundamental	41	25,15
	Ensino médio	61	37,43
	Técnico	2	1,23
	Ensino superior	48	29,44
	Pós	7	4,30
	Outros	4	2,45

Fonte: Elaboração dos autores (2014).

mostraram que seu nível de ensino é baixo, porém, existe uma quantidade significativa com nível superior. Isso significa que o nível de ensino entre os empreendedores rurais vem aumentando. Em resumo, pode-se verificar que a amostra, de forma geral, representa o típico empreendedor rural capixaba, o que permite considerar que a amostra estava adequada para responder aos objetivos propostos.

## 5.2. Estatística descritiva

Foram analisadas na estatística descritiva as variáveis que podem ser visualizadas na Tabela 2, com suas respectivas médias e desvios padrão.

Observando a Tabela 2, pode-se perceber que três médias alcançaram um índice alto. A maior média ocorre quando o empreendedor sabe se suas atividades estão dando lucro ou prejuízo, com média de 9,26, com desvio padrão baixo, de 1,52,

sendo que 95,73% dos respondentes concordam com a afirmativa, dando nota de 7 a 10. Isso mostra que a maioria dos respondentes concorda que o produtor deve saber quando suas atividades estão dando lucro ou prejuízo.

Em seguida, a segunda maior média ocorre quando o empreendedor faz um acompanhamento dos preços de mercado dos produtos e insumos, com média de 9,04, com desvio padrão de 1,62. Ou seja, 93,90% dos respondentes concordam com a afirmativa, e isso significa que a maioria dos respondentes está de acordo com a importância de fazer o acompanhamento dos preços dos produtos e insumos.

A terceira maior média, 9,03, refere-se à atitude do empreendedor diante das dificuldades financeiras. Nesse caso, 92,68% dos respondentes concordaram com a afirmativa, indicando que a maioria dos produtores percebe a importância de agir diante de dificuldades financeiras.

**Tabela 2** – Estatística descritiva

Estatística Descritiva			
Variáveis	Nº	Média	Desvio padrão
Lucro ou prejuízo	163	9,2699	1,52777
Acompanhamento dos preços de produtos e insumos	163	9,0491	1,62467
Tomar atitudes diante de dificuldades	163	9,0307	1,73356
Passar ordens claras e diretas para os funcionários	163	8,9877	1,59470
Manter a propriedade com um bom aspecto visual	163	8,9632	1,75643
Estratégias para diminuir custos e riscos	163	8,9325	1,73251
Empreendedor é inovador e tenta se diferenciar	163	8,9141	1,78954
Fazer orçamento	163	8,9080	1,82171
Conhecer os empregados	163	8,8528	1,75412
Controle de entrada e saída de caixa	163	8,8282	1,86784
Estar presente na propriedade	163	8,7301	1,79527
Promover um bom padrão de vida para a família	163	8,7055	1,90818
Diversificar para diminuir o risco	163	8,6380	1,96834
Priorizar a satisfação dos clientes	163	8,6196	2,01295
Controle separado de gastos	163	8,6135	2,11790
Participar de encontros técnicos	163	8,4663	2,16105
Delegar atividades para os filhos	163	8,3865	2,36049
Servir de exemplo para os outros	163	8,1779	2,11963
Divulgação dos planos para os empregados	163	8,0307	2,41503
Novas técnicas e máquinas	163	8,0184	2,45822
Sempre zelar pela imagem visual da empresa	163	7,7669	2,48097
Produtividade e custos	163	7,7117	2,36676
Definir produção	163	7,6994	2,29636
Adquirir insumos por preços menores	163	7,5828	2,71442
Sabe que sem cooperativa precisará de intermediários para vender a produção	163	7,4969	2,66753
Empreendedor é responsável pela compra e venda	163	7,1166	2,90039
Consegue tirar férias	163	7,1166	2,94055
Venda de acordo com a necessidade	163	6,6933	2,85953
Estratégia de comercialização	163	5,3926	3,26114
Vender a produção apenas quando precisa de recursos financeiros	163	5,0920	3,35881

Fonte: Elaboração dos autores (2014).

As variáveis que tiveram médias altas foram ao encontro dos resultados da pesquisa de Cella e Peres (2002), que também enfatizaram esses fatores financeiros, como a atitude do empreendedor diante das dificuldades financeiras e o conhecimento do lucro ou prejuízo de suas atividades. Comparando os resultados das médias deste estudo consideradas altas com a pesquisa de Cella (2002), pode-se verificar que, neste estudo,

a importância do conhecimento do empreendedor em relação à lucratividade dos produtos teve média de 9,26, e na pesquisa de Cella obteve-se 97,14% de concordância.

Neste estudo, a afirmação da importância da atitude do empreendedor rural diante das dificuldades teve uma média de 9,03 corroborando a pesquisa de Cella (2002), na qual 95% dos respondentes confirmaram que uma característica

de um bom empreendedor rural é sua atitude diante das dificuldades. Sobre o empreendedor acompanhar os preços de mercado dos produtos e insumos, na pesquisa de Cella (2002), obteve-se 97,85% de concordância, valor similar ao resultado deste estudo, que obteve uma média de 9,04.

Por meio das análises, verificou-se que o empreendedor rural capixaba demonstra dar importância a alguns comportamentos, entre eles: ter uma boa direção estratégica nas finanças e, dessa forma, tomar atitudes diante das dificuldades financeiras; ter uma direção organizacional na comercialização e, assim, acompanhar os preços de mercado dos produtos e insumos; ter o controle organizacional da produção, no qual o empreendedor tem o conhecimento do lucro ou prejuízo da empresa.

Observa-se que, na opinião dos respondentes, um produtor rural com viés empreendedor é aquele que faz orçamentos para ver qual é a melhor época de comprar seus insumos, evitando comprar em períodos em que esses insumos estejam com valor acima do normal, como também deixa seus empregados cientes de seu planejamento e passa ordens claras e diretas eles.

Em relação à família, segundo os respondentes, o produtor rural com viés empreendedor promove um bom padrão de vida para sua família e faz com que seus filhos se envolvam com o empreendimento a fim de torná-los seus sucessores e, assim, darem continuidade à propriedade. Mesmo com o envolvimento da família, o produtor rural com viés empreendedor faz um controle separado dos gastos familiares e da propriedade rural, além de possuir um sistema de controle de entrada e saída de caixa para poder ter uma melhor administração financeira.

Para os respondentes, é importante adotar estratégias para diminuir custos na produção e riscos na propriedade, e umas das melhores estratégias é diversificar a produção para se proteger de frustrações

nas safras e preços baixos. O empreendimento deve estar com um bom aspecto visual e servir de exemplo para os demais empreendedores para que sua forma de condução possa ser copiada por outros.

Percebe-se nesta pesquisa que, na opinião dos respondentes, o produtor rural com viés empreendedor não vende sua produção apenas de acordo com sua necessidade ou quando precisa de recursos financeiros, semelhante ao encontrado por Silva (2010), ao dizer que o produtor rural com viés empreendedor precisa gerar renda, ou seja, o empreendedor rural não deve querer apenas os recursos necessários para pagar seus compromissos, mas para aumentar seu lucro.

Numa segunda análise dos dados gerados pela estatística descritiva, observou-se o desvio padrão. Segundo Hair Junior et al. (2005), o desvio padrão descreve a dispersão da variabilidade dos valores de distribuição da amostra a partir da média. Se o desvio padrão estimado é grande, as respostas na distribuição de números de uma amostra não ficam muito próximas da média da distribuição. Se o desvio padrão é pequeno, sabe-se que os valores de distribuição estão próximos da média.

Examinando a Tabela 2, consegue-se verificar desvios padrão altos em três variáveis: quando o produtor vende sua produção apenas quando precisa de recursos financeiros (X21); quando o produtor deixa para a cooperativa toda a estratégia de comercialização de sua produção (X12); e em relação ao empreendedor conseguir tirar férias (X16). Os desvios padrão são de, respectivamente, 3,35, 3,26 e 2,94. Desvios padrão altos podem indicar a existência de grupos com percepções diferentes dentro da amostra.

Comparando as variáveis que obtiveram maiores desvios padrão neste estudo com a pesquisa de Cella (2002), obteve-se 67,85% de concordância na variável X16, que afirma que um produtor rural com viés empreendedor é aquele que consegue tirar férias e viajar ao menos uma vez ao ano. Para a variável X12,

que se refere ao produtor deixar para a cooperativa toda a estratégia de comercialização de sua produção, verificou-se uma concordância de 72,85%. Já a variável X21, que aborda a venda da produção apenas quando o produtor precisa de recursos financeiros, obteve concordância de 76,43%.

Considerando os números obtidos e a análise dos maiores desvios padrão, pode-se considerar que os respondentes, de modo geral, concordam com as afirmações de maneira homogênea, considerando suas notas acima da média, isto é, geralmente, as notas dos respondentes atribuídas às afirmações foram parecidas. Ou seja, não surgiram grupos com perspectivas muito diferentes nas variáveis testadas, sendo que a maioria concordou com as afirmações sobre as características de um produtor rural com viés empreendedor. Em suma, percebeu-se que, na visão dos entrevistados, o produtor rural com viés empreendedor é representado pelas afirmações citadas no questionário.

### 5.3. Regressão linear múltipla

Na Tabela 3 estão os resultados da regressão linear múltipla, que explicam quanto as 28 variáveis

independentes do modelo citadas no Quadro 3 afetam a percepção de inovação do empreendedor capixaba rural.

Analisando a Tabela 3, pode-se verificar que o poder de explicação dado por R<sup>2</sup> ajustado é de 0,617. Portanto, 61,70% da variação de Y (percepção de inovação do empreendedor rural) pode ser explicada pelas variáveis independentes do modelo. De acordo com o teste de validade ANOVA, o modelo é significativo a 1%.

A Tabela 4 mostra as variáveis que afetam a variável dependente, que é a percepção do empreendedor rural capixaba sobre o que é um empreendedor rural inovador. Pode-se verificar que o controle do empreendedor em separar os gastos empresariais dos gastos familiares, fazer diversificação para se proteger de frustrações de safras e preços baixos, servir de exemplo para outros produtores, ter conhecimento de seu lucro ou prejuízo, saber que sem a cooperativa precisará de intermediários para vender a produção e tomar atitudes diante das dificuldades financeiras são as variáveis que afetam significativamente o que o empreendedor rural entende por ser inovador em seu ambiente de negócio.

**Tabela 3** – Modelos obtidos na regressão linear múltipla

Resumo do modelo										
Modelo	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> ajustado	Erro padrão estimado	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
6	,795 <sup>f</sup>	,631	,617	1,10712	,015	6,236	1	156	,014	1,831

Nota: f. Predictors: (Constant), X27, X4, X25, X9, X15, X29

g. Dependent Variable: Y

Método de estimação: Stepwise

Testes de validade:

- ANOVA: significativo

- Teste de Aleatoriedade: Aceita a hipótese de aleatoriedade

- Teste de Aderência Kolmogorov-Smirnov: Aceita hipótese de aderência a distribuição normal

- Teste de Homocedasticidade: Aceita a hipótese de homocedasticidade

Fonte: Elaboração dos autores (2014).

**Tabela 4** – Coeficientes obtidos na regressão linear múltipla do fator inovação

Modelo 6	Coeficientes											
	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	T	Sig.	95,0% Intervalo de confiança para B		Correlação			Estatística de colinearidade	
	B	Erro padrão	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerância	VIF
(Constante)	,580	,572		1,014	,312	-,550	1,711					
Controle separado dos gastos.	,187	,060	,222	3,123	,002	,069	,306	,661	,243	,152	,469	2,133
Fazer diversificação para se proteger.	,134	,067	,147	2,008	,046	,002	,265	,643	,159	,098	,440	2,273
Servir de exemplo para outros.	,130	,051	,154	2,561	,011	,030	,231	,544	,201	,124	,651	1,536
Lucro ou prejuízo.	,219	,075	,187	2,911	,004	,070	,368	,598	,227	,141	,573	1,747
Sem cooperativa, precisará de intermediários.	,102	,040	,152	2,529	,012	,022	,182	,496	,198	,123	,655	1,527
Atitude diante de dificuldades financeiras.	,189	,076	,183	2,497	,014	,039	,338	,652	,196	,121	,440	2,271

a. Variável dependente: Y

Fonte: Elaboração dos autores (2014).

#### 5.4. Discussão dos resultados

Na visão dos produtores respondentes, ser inovador pode estar associado a separar os gastos familiares dos gastos da produção, considerando seu empreendimento uma empresa. Porém, na pesquisa de Medeiros et al. (2012), pode-se observar que grande parte dos agricultores não anota seus gastos destinados a produção. Portanto, a administração parece ser um tanto amadora, sem distinguir o empreendimento de sua vida pessoal e, na visão dos respondentes, seria uma inovação transformar o empreendimento rural em uma empresa.

O conhecimento do produtor em saber se o seu empreendimento está dando lucro ou prejuízo também foi considerado pelos respondentes uma forma de ser inovador. De acordo com Medeiros et al. (2012), os produtores não sabem distinguir receita de lucro. Sendo assim, não têm o real conhecimento de lucro ou prejuízo, o que possivelmente levou aos respondentes considerarem inovador um empreendedor rural com esse conhecimento.

Tem-se a impressão de que apostar em novas culturas, negócios e possibilidades pode minimizar o risco do produtor em sua produção, e isso pode ser entendido como uma atitude inovadora de um produtor

rural. Santana, Ferreira e Alencar (2009) consideram a diversificação como uma forma de garantir a sustentação de atividades que possam estar em crise.

Na visão dos respondentes, ser proativo, participar de cooperativas e agir sem depender de outros são comportamentos inovadores para empreendedores rurais. Isso pode indicar certa falta de reação dos empreendedores rurais, que passivamente esperam apoio perante dificuldades. Os respondentes demonstram que sabem disso, mas parece lhes faltar atitude, e quando essa atitude proativa é percebida em um empreendedor rural, ele é considerado inovador. Para Cella (2002), o produtor rural com viés empreendedor não reconhece apenas os recursos próprios para sua produção, mas também recursos de terceiros, como parcerias e financiamento de máquinas.

Os respondentes indicam que os inovadores correm riscos e tentam coisas diferentes, e quando se dão bem, os demais empreendedores rurais os copiam, tornando o empreendedor inovador um exemplo a ser seguido. Mais uma vez, a atitude diante do ambiente parece indicar que o empreendedor rural é inovador. Essa é mais uma evidência de passividade e conservadorismo do atual empreendedor rural capixaba.

Em resumo, pode-se verificar que a percepção de inovação do empreendedor rural capixaba, segundo os participantes da pesquisa, é afetada por suas atitudes diante das dificuldades financeiras. É necessário que o empreendedor entenda que sem a cooperativa sua produção acabará nas mãos de intermediários, diversificar sua produção para se proteger, tornar-se exemplo para seus concorrentes, separar seus gastos familiares dos gastos da empresa e ter a consciência do lucro ou prejuízo do empreendimento.

## 6. CONCLUSÃO

Com os resultados obtidos na pesquisa, pode-se observar algumas características

predominantes do empreendedor rural capixaba. A maioria dos produtores atua no ramo da agricultura e iniciaram suas atividades por meio de herança. O nível médio de educação predomina, mas é possível considerar que o grau acadêmico está aumentando gradualmente. Segundo Santos e Santos (2008), a tendência é que a maior parte dos empreendedores rurais venha a possuir nível superior, assim como o empreendedor tradicionalmente investigado na literatura.

Apesar de Medeiros et al. (2012) relatarem que os produtores pouco sabem distinguir receita de lucro, e que têm dificuldade em diferenciar seus gastos pessoais com os do empreendimento, observou-se durante a pesquisa que o empreendedor rural demonstra saber da importância da área financeira do negócio. Esse resultado corrobora Cella e Peres (2002), que também enfatizaram essas mesmas questões financeiras.

Portanto, atitudes como buscar informações sobre o resultado do empreendimento rural, acompanhar com mais frequência os preços dos insumos, preocupar-se com os custos do empreendimento, separar os gastos da família dos gastos da empresa são consideradas, para os produtores, uma forma de inovação, resultado coerente com diversos estudos, como os de Cella (2002), de Cella e Peres (2002), de Santana, Ferreira e Alencar (2009) e de Medeiros et al. (2012). Dessa forma, é possível concluir que o conhecimento do lucro ou prejuízo do empreendimento, o acompanhamento dos preços de produtos e insumos e a atitude diante das dificuldades são comportamentos importantes para os empreendedores rurais. Sua percepção de inovação em empreendimentos rurais está associada a considerar o seu negócio uma empresa, apostar em novos empreendimentos, ser participativo, tomar atitudes sem depender de outros, arriscar-se e se tornar referência para seus concorrentes, sendo estes achados a principal contribuição teórica deste trabalho.

No desenvolvimento desta pesquisa houve dificuldade em obter estudos sobre o

empreendedorismo rural. Ou seja, o empreendedor rural ainda é pouco conhecido pela academia científica. Portanto, este estudo contribui para conhecer melhor esse importante grupo e orientá-lo para melhorar seu desempenho em empreendimentos. O fenômeno em questão requer mais estudos, sendo este mais um passo para conhecer em profundidade o empreendedorismo rural.

Os resultados foram obtidos de uma amostra por acessibilidade, e não por uma amostra probabilística, por isso não podem ser generalizados, o que é uma limitação deste estudo. Além disso, os respondentes se encontram apenas no território capixaba. Por outro lado, este estudo traz evidências de

percepções e relações que podem ser confirmados em pesquisas futuras. Assim, recomenda-se uma replicação da pesquisa com uma amostra maior, preferencialmente probabilística, abrangendo outros locais. Outra recomendação é aprofundar as variáveis do modelo, aprofundando o entendimento sobre o fenômeno.

Por fim, sugere-se, para pesquisas futuras, um estudo mais aprofundado para entender o pensamento do empreendedor rural. Outras sugestões são: comparar produtores herdeiros com os não herdeiros e comparar as variáveis que foram significativas em empreendedores rurais com o desempenho do próprio empreendimento rural.

## REFERÊNCIAS

AKGÜN, A. A. et al. Roles of local and newcomer entrepreneurs in rural development: a comparative meta-analytic study. *Regional Studies*, Seaford, v. 45, n. 9, p. 1207-1223, 2011.

ALBERTO, D.; RODRIGUES, A. M. Empreendedorismo no setor primário: caso estudo da incubadora de empresas de base rural de Idanha-a-Nova. In: Workshop da APDR, 14., 2012, Setúbal. *Anais...* Setúbal: APDR, 2012. p. 313-323 .

CANZIANI, J. R. F. *Assessoria administrativa a produtores rurais no Brasil*. 2001. 237 f. Tese (Doutorado em Economia Aplicada) – Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”, Universidade de São Paulo, Piracicaba, 2001.

CELLA, D. *Caracterização dos fatores relacionados ao sucesso de um empreendedor rural*. 2002. 166 f. Dissertação (Mestrado em Economia Aplicada) – Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”, Universidade de São Paulo, Piracicaba, 2002.

CELLA, D.; PERES, F. C. Caracterização dos fatores relacionados ao sucesso do empreendedor rural. *Revista*

*de Administração da Universidade de São Paulo*, São Paulo, v. 37, n. 4, p. 49-57, 2002.

CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A. *Planejamento estratégico*. 12. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

FILION, L. J. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 40, n. 3, p. 2-7, 2000.

FILION, L. J. Vision and relations: elements for an entrepreneurial metamodel. *International Small Business Journal*, Thousand Oaks, v. 9, n. 2, p. 26-40, 1991.

GAFFURI, J. et al. Empreendedores rurais como gestores de negócio para o provimento do desenvolvimento agrícola. In: Seminário nacional do estado e políticas sociais no Brasil, 2., 2005, Toledo. *Anais...* Toledo: Unioeste, 2005. p. 1-12. Disponível em: <<http://bit.ly/2umSzaC>>. Acesso em: 4 jul. 2017.

GREATTI, L.; SENHORINI, V. M. Empreendedorismo: uma visão comportamentalista. In: Encontro de estudos sobre

## REFERÊNCIAS

- empreendedorismo e gestão de pequenas empresas, 1., 2000, Maringá. *Anais...* Maringá: Anegepe, 2000. p. 22-34.
- HAIR JUNIOR, J. F. et al. *Fundamentos de métodos de pesquisa em administração*. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. *Empreendedorismo*. 9. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2014.
- LOURENZANI, W. L.; SOUZA FILHO, H. M.; BANKUTI, F. I. Gestão da empresa rural: uma abordagem sistêmica. In: Congresso Internacional de Economia e Gestão de Negócios Agroalimentares, 4., 2003, Ribeirão Preto. *Anais...* Ribeirão Preto: Gepai, 2003. p. 1-12. Disponível em: <<http://bit.ly/2sDmUV8>>. Acesso em: 4 jul. 2017.
- LUSTOSA, L. J. et al. *Planejamento e controle da produção*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- MARION, J. C.; SEGATTI, S. Gerenciando custos agropecuários. *Custos e Agronegócio Online*, Recife, v. 1, n. 1, p. 2-8, 2005.
- MEDEIROS, A. et al. Controle e apuração de resultado na agricultura familiar sob a ótica da sustentabilidade de produtores rurais. *Custos e Agronegócio Online*, Recife, v. 8, n. 3, p. 154-171, 2012.
- PEREIRA, R. B. *Perfil do empreendedor de sucesso do oeste do Paraná*. 2001. 114 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.
- RIBEIRO, A. M. M.; ALMEIDA, S. *Empreendedorismo e formação para inovar na agricultura*. 2009. 133 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Educação) – Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2009.
- SACHUK, M. I.; AUGUSTO, C. A. Competência e competitividade na agricultura orgânica em pequenos empreendimentos rurais na região noroeste do Paraná. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, Campo Limpo Paulista, v. 2, n. 3, p. 4-20, 2008.
- SANTANA, A. C.; FERREIRA, P. A.; ALENCAR, E. Diversificação da agricultura familiar no sul de Minas Gerais: uma análise da percepção de professores e pesquisadores. In: Congresso da sociedade brasileira de economia e sociologia rural, 47., 2009, Porto Alegre. *Anais...* Porto Alegre: Sober, 2009. p. 1-20. Disponível em: <<http://bit.ly/2snq2jQ>>. Acesso em 4 jul. 2017.
- SANTOS, W. S.; SANTOS, A. L. C. Perfil dos empreendedores que atuam no turismo rural: um estudo de caso na microrregião de Feira de Santana (BA). *Sitientibus*, Feira de Santana, n. 39, p. 75-94, 2008.
- SARAIVA, E. B. et al. Panorama da compra de alimentos da agricultura familiar para o Programa Nacional de Alimentação Escolar. *Ciência da Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v. 18, n. 4, p. 927-936, 2013.
- SAUAIA, A. C. A.; SYLOS, A. L. Plano empresarial em quatro etapas. *Caderno de Pesquisas em Administração*, São Paulo, v. 1, n. 11, p. 1-11, 2000.
- SILVA, N. P. A importância do empreendedor rural para capacitar, desenvolver e equacionar estrategicamente os recursos sustentáveis, gerando renda e qualidade de vida. *Revista Eletrônica do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Tecnológica Federal do Paraná*, Pato Branco, v. 2, n. 2, p. 1-12, 2010.