



O EMPREENDEDORISMO RURAL COMO FATOR DE AUMENTO DE COMPETITIVIDADE DA PEQUENA PROPRIEDADE AGRÍCOLA

RURAL ENTREPRENEURSHIP AS A FACTOR TO INCREASE THE COMPETITIVENESS OF SMALL FARMS

Jéssica de Moura Carvalho – jessicamouracarvalho@outlook.com

Guilherme Augusto Malagolli – guilherme.malagolli@fatectq.edu.br

Faculdade de Tecnologia de Taquaritinga (FATEC) – São Paulo – Brasil

RESUMO

Em um mercado altamente competitivo, o agricultor, mesmo com a sua relevância na produção de alimentos e outros produtos agrícolas, precisa adotar uma postura empresarial para se destacar no mercado. Esta mudança de comportamento, porém, não é algo natural ou de fácil aceitação por parte do agricultor tradicional. O presente trabalho discute a concepção de empreendedorismo rural, o qual envolve a necessidade do homem do campo de buscar uma mudança de postura nos negócios para se fazer parte do mercado globalizado. Com isto, este artigo tem o objetivo de compreender quem é o empreendedor rural e quais são suas principais dificuldades para ganhar competitividade no mercado. Esta compreensão é relevante para orientar tanto os homens do campo quanto os homens urbanos para uma administração competente de suas propriedades. Para a realização de tal, baseamo-nos nas revisões bibliográficas sobre empreendedorismo e administração rural. Ao realizar esta pesquisa, foi observado a necessidade da visão empreendedora no ambiente rural, apesar da tradição em olhar a gestão agrícola de forma deparada da gestão empresarial.

Palavras-chave: Gestão Agrícola. Gestão Empresarial. Visão de Mercado.

ABSTRACT

In a highly competitive market, the farmer, even with its relevance in the production of food and other agricultural products, needs to adopt a business posture to stand out in the market. This change in behavior, however, is not something natural or easily accepted by the traditional farmer. This paper discusses the concept of rural entrepreneurship, which involves the rural man's need to seek a change of position in business to become part of the globalized market. With this, this article aims to understand who is the rural entrepreneur and what are their main difficulties to gain competitiveness in the market. This understanding is relevant in guiding both rural men and urban men to competent management of their properties. In order to carry out this, we base ourselves on bibliographical reviews on entrepreneurship and rural management. In carrying out this research, it was observed the need of the entrepreneurial vision in the rural environment, despite the tradition of looking at agricultural management in a way that is faced by business management



Keywords: Agricultural Management. Business management. Market View.

1 INTRODUÇÃO

Em meio ao cenário de crise e dificuldade econômica do país, o aumento de competitividade se torna vital para a empresa permanecer no mercado. Quando esta percepção recai sobre o setor industrial, a necessidade de um planejamento cuidadoso e adequado dos custos, da produção e da comercialização é amplamente aceita entre os empresários. Porém, ao se questionar o aumento da produtividade no setor agrícola, o mesmo nível de planejamento aplicado na indústria não é aceito de forma natural. A produção agrícola ainda não é vista pelo pequeno agricultor como um empreendimento que depende de uma gestão empresarial cuidadosa.

Entretanto, diante de um avanço tecnológico acentuado associado a períodos de crise econômica, a agricultura precisou se adaptar para que conseguisse atender as demandas de negócios. As grandes oportunidades de negócios no Brasil originam-se do campo. O agricultor, por sua vez, percebe que para melhorar o seu desempenho na produção é necessário um estudo aprofundado dos empreendimentos agrícolas atuais.

Com base neste contexto, cria-se o empreendedor rural, que percebeu ser necessário um estudo mais amplo na gestão agrícola e adotar o estilo profissional de gestor rural. O comportamento do empreendedor rural vem de um conceito teórico derivado do conceito de empreendedorismo.

De acordo com Schumpeter (1949) 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.

Nesse cenário, o empreendedor rural é reconhecido como o responsável pelas mudanças e é aquele que vê a agricultura como uma potência de negócio rural. Estratégias empreendedoras e o perfil empreendedor auxiliam na evolução da propriedade rural resultando no seu crescimento (Schinaider et al., 2017).

Este artigo tem como objetivo principal, identificar o que é o empreendedorismo rural e demonstrar a necessidade de o agricultor tradicional mudar a sua postura e passar a ser um empreendedor rural. Como objetivos secundários, o trabalho busca identificar os principais fatores e influências que levam a se tornar um empreendedor rural e o quão isso pode auxiliar no panorama da economia nacional.



Este trabalho é caracterizado por uma pesquisa descritiva e exploratória. Descritiva pois procura retratar a realidade dos fatos observados no ambiente do pequeno produtor rural. Exploratória, na medida em que tenta identificar, neste contexto, os principais fatores e influencias que levam o pequeno agricultor tradicional a se tornar um empreendedor rural e o quão isso pode auxiliar no panorama da economia nacional.

2 O EMPREENDEDORISMO

Empreendedorismo é um termo que surgiu do empreender, que tem o desígnio de inovar, criar, assumir riscos e ser capaz de habituar com as mudanças, realização de projetos, serviços e negócios. Todo homem é capaz de empreender, o que o motiva é a atual situação em que ele se encontra, isso faz com que ele observe mudanças onde ninguém consegue enxergar, isso o transforma em empreendedor, alguém que seja capaz de mudar o mundo com ideias.

2.1 História do empreendedorismo

A palavra empreendedor (*entrepreneur*) tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo. Antes de partir para definições mais utilizadas e aceitas, é importante fazer uma análise histórica do desenvolvimento da teoria do empreendedorismo. (Hisrish, 1986 apud DORNELAS, 2008, p.14).

- **Primeiro uso do termo empreendedorismo**

O primeiro exemplo de definição de empreendedorismo pode ser dado a Marco Polo, que tentou determinar uma rota comercial para o Oriente. Marco Polo sendo empreendedor, assinou um contrato com um homem que possuía dinheiro para vender as mercadorias deste. Enquanto o capitalista era uma pessoa que assumia riscos de forma apática, o empreendedor assumia o papel pragmático, correndo todos os riscos físicos e emocionais. (DORNELAS, 2008, p.14).

- **Idade Média**

Na Idade Média, o termo empreendedor foi aplicado para definir aquele que conduzia grandes projetos. Esse sujeito não assumia grandes riscos, e apenas coordenava os projetos, utilizando os recursos possíveis, geralmente oriundos do governo do país. (DORNELAS, 2008, p.14).



▪ **Século XVII**

Neste século, o capitalista e empreendedor foram finalmente divergentes, provavelmente devido ao começo da industrialização que sucedia no mundo. Um exemplo foi o caso dos estudos referentes a eletricidade e química, de Thomas Edison, que só conduziram com o auxílio de investidores que financiaram os experimentos. (DORNELAS, 2008, p.14).

▪ **Séculos XIX e XX**

No desfecho do século XIX e no começo do século XX, os empreendedores foram constantemente confundidos com os gerentes ou administradores, sendo estudados meramente de um ponto de vista econômico, como aqueles que constituem a empresa, pagam os empregados, planejam, dirigem e controlam as ações progressistas na organização, mas sempre a serviço do capitalista. (DORNELAS, 2008, p.14).

No meio de diversas definições para empreendedorismo, aqui está uma que seja capaz de definir melhor. Empreendedorismo é o entrosamento de pessoas e processos que, em agrupamento, levam à transfiguração de ideias em oportunidades. E a perfeita efetuação destas oportunidades leva à criação de negócios que alcançam o sucesso (DORNELAS, 2008).

Para a palavra “empreendedor” existem muitas definições, mas uma que talvez melhor defina o espírito empreendedor seja a do escritor Joseph Schumpeter (1949 apud DORNELAS 2008, p. 14) “ 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”

Segundo Priberam (2010, p. 1) apud Clara Santos, Lídia Duarte e Marcelo Souza (2017, p. 234) empreendedorismo tem o significado de “atitude de quem, por própria iniciativa, realiza ações ou idealiza novas técnicas com o objetivo de desenvolver e estimular serviços, produtos ou quaisquer atividades de organização e da administração.”

Vianna (2012) apud Clara Santos, Lídia Duarte e Marcelo Souza (2017, p. 234) esclarece que empreendedorismo atual como o conceito de empreendedorismo foi modificando ao longo do tempo, alguns mitos foram aniquilados, e hoje entende-se que o empreendedor não é aquele “ lobo solitário”, mas sim um ser capaz de desenvolver um perfeito relacionamento no trabalho, liderar e formar grandes equipes. São aqueles que aceitam riscos calculados, mas evitam riscos desnecessários. E por fim não “nascem” para o sucesso, mas sim mostram habilidades, experiências e contatos com o passar dos anos. Por toda essa mudança, analisar empreendedorismos é importante para constituir a forma de empreender, com inovação, paixão e principalmente planejamento.



Um outro conceito que merece ser focado é do empreendedor Maximiano (2007) apud Clara Santos, Lídia Duarte e Marcelo Souza (2017, p. 234), menciona que quando alguém decide realizar algo difícil, ou seja, colocar alguma ideia em execução, é classificado um empreendedor. O empreendedor busca identificar oportunidades para criar ou modificar seu negócio. Torna-se primordial que antes de se abrir uma empresa seja feito um estudo do mercado, sobre o ramo em que vai operar, qual o público que será atingido, quais as ameaças e os riscos que irão confrontar e outros aspectos econômicos.

2.2 Características de um empreendedor

Na verdade, o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. Com esse arsenal, transforma ideias em realidade, para benefício próprio e para benefício da comodidade. Por ter criatividade em um alto nível de energia, o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que, combinados adequadamente, o habilitam a transformar uma ideia simples e mal estruturada em algo concreto e sucedido no mercado. (CHIAVENATO, 2008, p.7).

Existem três princípios específicos que identificam as características básicas de um empreendedor:

- **Necessidade de realização:** as pessoas apresentam diferenças individuais quanto à necessidade de realização. Existem aquelas com pouca necessidade de realização e que se contentam com o status que alcançaram. Desta forma, as pessoas com alta necessidade de realização gostam de competir com certo padrão de excelência e preferem ser pessoalmente responsáveis por tarefas e objetivos que atribuíram a si próprias. (CHIAVENATO, 2008, p.7).
- **Disposição para assumir riscos:** o empreendedor assume variados riscos ao iniciar seu próprio negócio: riscos financeiros decorrentes do investimento do próprio dinheiro e do abandono de empregos seguros e de carreiras definidas; riscos familiares ao envolver a família no negócio; riscos psicológicos pela possibilidade de fracasso em negócios arriscados. (CHIAVENATO, 2008, p.7).
- **Autoconfiança:** quem possui autoconfiança sente que pode enfrentar os desafios que existem ao seu redor e tem domínio sobre os problemas que enfrenta. As pesquisas mostram que os empreendedores de sucesso são pessoas independentes que enxergam os problemas inerentes a um novo negócio, mas acreditam em suas habilidades pessoais para superar tais problemas. (CHIAVENATO, 2008, p.7).
-

2.3 Vantagens e desvantagens do empreendedorismo



Ser empreendedor é poder ter a liberdade de mandar em si mesmo por ser chefe do próprio negócio, ao mesmo tempo que isso seja altamente prazeroso, todo empreendimento possui o lado infortúnio (FERREIRA, 2016).

2.3.1 Vantagens

- **Maior liberdade e autonomia:** O seu tempo irá ser gerido por você mesmo. Sendo assim, terá conta que será livre para fazer o que gosta. O fato de fazer aquilo que realmente gosta é o influenciador que o levará a manter o foco.

- **Horários flexíveis:** Trabalhar por conta própria permite-lhe estabelecer horários de trabalho flexíveis. Geralmente, as horas efetivas de trabalho permite ser mais produtivas do que as horas de trabalho em um ambiente convencional, isso significa que poderá trabalhar por uma quantidade menor de horas, ou em momentos que sentirá ser mais produtivo, e mesmo desta forma conseguirá realizar o mesmo trabalho que constituiria para um empregador nas horas de trabalho estipulado.

- **Paixão pelo que faz:** É bem mais prazeroso fazer aquilo que realmente gosta, isso deixa a pessoa mais motivada. Construir tudo aquilo que sonhou um dia, tirar do papel o trabalho que planejou com tanto esforço. Sabe-se que nem todo momento será agradável, mas mantendo o foco no seu objetivo principal, irá sempre encontrar motivos para manter a motivação.

- **Estabilidade:** Ao dar início a um negócio seu, não precisará ficar submisso de orientações e capital de outros, podendo assumir compromissos a um tempo maior e definir instruções para o crescimento do seu negócio.

- **Rendimento/Lucros:** é necessário um investimento inicial, entretanto, pode gerar grandes rendimentos e lucros. Ao contrário do que acontece quando você é subordinado e recebe um salário pré-determinado, no seu próprio negócio poderá lucrar grandemente, mantendo de fato o verdadeiro esforço colocado no empreendimento.

2.3.2 Desvantagens

- **Investimento inicial:** Uma das cardeais desvantagens é, claramente, o investimento inicial para a infraestrutura do projeto e os materiais. É de extrema importância a análise complexa de todo o empreendimento para saber certo o valor exato do investimento.



- **Riscos:** Todo projeto tem riscos correlacionados, e é por isso que é necessário estar preparado para um eventual imprevisto, de forma que possam ser resolvidos com clareza e otimismo.
- **Horário:** para obter um empreendimento sucedido é extremamente necessário total dedicação, no início pode ser que seja complicado se acostumar, mas, no futuro certamente se colherá frutos por isso.

3 EMPREENDEDORISMO RURAL

Atualmente, as grandes oportunidades de negócios no Brasil se originam do campo, o homem rural, por sua vez, percebe que para melhorar o seu desempenho na produção é necessário um estudo aprofundado nos negócios agrícolas atuais.

Com isto, surgiu o agronegócio onde o produtor rural pode buscar um conhecimento especializado. Tendo em vista todo esse panorama, pode perceber que o empreendimento rural tem total destaque na economia mundial.

Contudo após notarem que o ramo agrícola teve um alto índice de crescimento, necessita-se que os produtores rurais precisem buscar novas tomadas de iniciativas em tecnologias, produtos e processos, buscando ideias inovadoras que os fizessem se manterem no mercado de negócios agrícolas e os tornassem empreendedores rurais.

3.1 Definições de empreendedorismo rural

Desta maneira, o empreendedorismo rural pode ser definido como a capacidade de planejamento da inovação e mudanças no setor agrícola. A base do empreendedorismo é criar, mudar, inovar e modificar o ambiente produtivo em que ele atua. Aplicar isto no setor rural pode acarretar transformações significativas.

O meio rural, nos últimos tempos, tem sofrido mudanças decorrente das tecnologias desenvolvidas no mundo, desta forma, a agricultura exigido novas formas de atuação dos produtores rurais, criando novos empreendimentos e buscando se adaptar em novas formas de gestão para compreender as transformações na agricultura. Entretanto, a partir das dificuldades encontradas no campo, nasce um empreendedor rural, através da necessidade que pode auxiliar na contribuição econômica.



Segundo (Schinaider et al, p 5. 2017), o meio rural pode ser caracterizado como um novo negócio para a economia, atuando de forma positiva através das novas formas de empreender para enfrentar um ambiente de competitividade e de transformação constante, seja a transformação pelas inovações tecnológicas seja pelas mudanças climáticas. Para Gaffuri (2005, p.2 apud Schinaider et al, p 5. 2017) descreve que “ o cenário da crescente competitividade tem provocado a necessidade de se rever paradigmas da gestão e formas de inserção em um ambiente turbulento e mutável que influência todos os setores da economia”.

Desta forma (Schinaider et al, p 45d 2017) estes novos paradigmas de gestão no setor rural estão inter-relacionados ao empreendedorismo, pois, é com o desenvolvimento de novas oportunidades e negócios, que o produtor rural se sente seguro e motivado em relação às modificações no ambiente externo.

São inúmeras opções que podem desenvolver esse novo negócio, as quais podem estar relacionadas à mudança de determinada técnica de cultivo, à introdução de uma nova variedade, à mudança de outros produtos, à agregação de valor no serviço ou produto, entre outras (CELLA, p.46, 2002).

Destaca-se que o empreendedor rural vem trabalhando diretamente na fabricação e comercialização de seus produtos tendo como resultado novas oportunidades de trabalho e renda e o desenvolvimento da economia local. Neste sentido, é necessário avaliar o mercado com uma visão sistêmica aplicando as novas formas de gestão na propriedade rural e desenvolvendo o lado empreendedor do produtor rural. (GAFFURI, p.46, 2005)

3.2 Benefícios do empreendedorismo rural

O empreendedorismo rural é inovar no ramo agrícola e acompanhar o avanço da tecnologia para manter as suas demandas de produção. Muitos dos agricultores rurais não se permitam conhecer e ver o quanto o mundo mudou e mesmo assim insistem em continuar no seu modo antigo por ter sido criado desta forma com o passar das gerações, sendo assim acaba se tornando obsoleto para algumas culturas mais avançadas.

O que o empreendedorismo rural trás de benefício para o homem do campo é fazer com que ele acompanhe as modificações que surge e desperte o seu instinto inovador, suprindo assim toda a necessidade da sociedade.

Na maioria das vezes o homem do campo se torna empreendedor rural por necessidade ao ver que sua produção obteve um índice abaixo do que se esperava, e isso o resulta em perde de dinheiro, e nenhum agricultor quer lucrar menos pelo quanto produziu.



É preciso que alguém especialista no assunto o ajude com estas questões de gestão negocial, para que assim continue mantendo a sua demanda.

Ainda existem muitas coisas a serem inovadas no setor rural, para isso basta poder se permitir as novas modalidades tecnológicas e perceber que o empreendedorismo rural é o futuro da agricultura.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O método de procedimento de pesquisa utilizado foi a descritiva e a exploratória. Para a pesquisa descritiva, tomou-se como base a revisão bibliográfica com base em livros, artigos, publicações e *sites* sobre os assuntos abordados. Os artigos foram escolhidos através de busca em plataformas de publicações científicas. As conclusões foram compiladas a partir de experiências e intensa reflexão sobre o tema entre os autores.

O caráter exploratório da pesquisa está presente na identificação de fatores que influenciam o objeto de estudo. O objetivo de uma pesquisa exploratória é compreender um assunto ainda pouco estudado. Este tipo de pesquisa depende da intuição do pesquisador. Por ser um tipo de pesquisa muito específica, quase sempre assume a forma de um estudo de caso (GIL, 2006). Como qualquer pesquisa, ela depende também de uma pesquisa bibliográfica, pois mesmo que existam poucas referências sobre o assunto pesquisado, nenhuma pesquisa hoje começa totalmente do zero.

A escolha da gestão da pequena propriedade agrícola como objeto de estudo se deve ao fato de que as grandes propriedades, por apresentarem maior capitalização de forma geral, podem contratar mão de obra profissionalizada ao passo que o pequeno gestor, descapitalizado, deve gerenciar a sua propriedade por si mesmo. Além disso, por não ter alta qualificação técnica, o pequeno gestor tende a prender-se nas tradições e práticas gerenciais ultrapassadas.



5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Ao se deparar com o meio rural tradicional e compará-lo ao meio de produção tipicamente industrial, nota-se algumas situações muito discrepantes. No meio rural, por exemplo, nota-se a baixa densidade populacional e a ampla distância face aos principais mercados, se comparado ao setor industrial. Isso dificulta que os empresários rurais alcancem economias de escala ou uma massa crítica, que lhe assegurem a competitividade.

Outro aspecto importante do meio rural, especialmente nas pequenas propriedades rurais é a descapitalização dos empresários. Como a produção agrícola está sujeita à diversos tipos de imprevistos, como alterações de clima, pluviosidade e pragas, o agricultor precisa ter recursos disponíveis para prevenir ou se adequar à situações de risco.

Como consequência, nota-se uma dificuldade maior no meio rural para o investimento em inovações, tanto no processo produtivo quanto no aspecto gerencial da propriedade. O empreendedorismo rural surge como uma necessidade e não como o aproveitamento de uma oportunidade de mercado.

Neste contexto, administrador rural busca encontrar respostas para responder às questões essenciais do seu empreendimento como o que produzir, quanto produzir, como produzir, quando produzir e para quem produzir. É a partir deste momento que a visão empreendedora passa a ser um diferencial a ser adotado também pelo pequeno agricultor tradicional. De acordo com Abramovay (2002), as respostas que o agricultor busca podem ser encontradas adotando-se ferramentas de suporte à gestão que encontram-se amplamente difundidas em sistemas de produção industriais disponíveis no mercado.

Nota-se a necessidade da adoção de um planejamento profissional e cuidadoso na gestão da pequena propriedade agrícola tradicional. Para que isso, o conhecimento passa a ser uma variável imprescindível. O gestor da pequena propriedade agrícola deve buscar a sua profissionalização na gestão para que haja o sucesso do empreendimento e como consequência o provimento do desenvolvimento agrícola.

Para que se tenha um comportamento empreendedor, nos moldes do conceito de empreendedorismo rural, é necessário que o planejamento na gestão da pequena propriedade agrícola esteja atrelado à capacidade de planejamento setorizado dos negócios, como a elaboração de uma análise de mercado, de um plano operacional, de um plano financeiro, de um plano de marketing e um plano de recursos humanos.



Na análise de mercado, o empreendedor rural deve ter um conhecimento pleno dos seus concorrentes e do seu público alvo. Estas informações são relevantes na previsão de demanda e, conseqüentemente, na avaliação da capacidade produtiva da propriedade. O conhecimento detalhado do público alvo permite a formulação de estratégias de marketing para a propriedade agrícola, como formas de promoção do seu produto, visando ampliar o mercado consumidor com menor custo.

Conhecendo o público alvo e a produção almejada é possível planejar as práticas de produção, criando um plano operacional na propriedade. A formação de equipes de trabalho, com divisão de tarefas e estipulação de metas, bem como a atenção com a motivação e o eventual descontentamento dos funcionários também deve ser encarado como pontos estratégicos pelo empreendedor rural.

Entretanto, embora essas questões tenham papel importante na gestão empreendedora da propriedade agrícola, talvez o aspecto mais relevante seja o planejamento dos custos de produção. A elaboração de um plano financeiro pretende utilizar as informações dos planos anteriores para estimar o custo total do empreendimento, desde os insumos necessários para a produção, depreciação, infraestrutura, mão de obra e tributação. A partir de um plano financeiro bem feito, a possibilidade de recursos para investimentos e inovação pode aumentar significativamente.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, Ricardo. Desenvolvimento sustentável: qual é estratégia para o Brasil? **Novos estudos. - CEBRAP**, São Paulo, n. 87, p. 97-113, julho de 2010. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-33002010000200006&lng=en&nrm=iso>. acesso em 20 de setembro de 2018. <http://dx.doi.org/10.1590/S0101-33002010000200006>.

BASTIANI, Ivoneti Catarina Rigon. **Empreendedorismo no contexto do novo rural brasileiro e mercado de trabalho para profissionais em ciências agrárias**. ANAIS DO II EGEPE, p. 394-410, Londrina – PR, Novembro/2001 (ISSN 1518-4382). Disponível em: <www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/londrina/EMP2001-51.pdf>. Acesso em: 10 Set. 2018.

CELLA, D, e F. C. PERES. **Caracterização dos fatores relacionados ao sucesso do empreendedorismo rural**. Revista da Administração, 2002: vol. 37, nº 4, p. 49-57.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2008.



DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FERREIRA, Margarida. **Vantagens e Desvantagens de ser um empreendedor**. Lisboa, 17 abr. 2016. Disponível em: <<https://www.e-konomista.pt/artigo/vantagens-e-desvantagens-de-ser-empresendedor/>>. Acesso em: 29/08/2018.

GIL, Antônio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Editora Atlas 2006

BASTIANI, Ivoneti Catarina Rigon. **Empreendedorismo no contexto do novo rural brasileiro e mercado de trabalho para profissionais em ciências agrárias**. ANAIS DO II EGEPE, p. 394-410, Londrina – PR, Novembro/2001 (ISSN 1518-4382). Disponível em: <www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/londrina/EMP2001-51.pdf>. Acesso em: 10 Set. 2018.

SCHINAIDER, Alessandra Daiana. Et al. **O Perfil Do Futuro Empreendedor Rural e Fatores De Influência Na Busca De Qualificação**. Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo, v. 2, n. 2, p. 42-65, abr-jun, 2017. Disponível em: <<http://www.relise.eco.br/index.php/relise/article/view/68>>. Acesso em: 10 Set. 2018.

FONSECA, J. J. S. *Metodologia da pesquisa científica*. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

GERHARDT. T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de pesquisa**. 1. ed. Rio grande do sul: Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2009. Apostila. Disponível em <www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf> Acesso em 23 ago. 2018.

SILVA, Emilin J. . **Caracterização do cenário do empreendedorismo rural no Brasil: Uma revisão bibliográfica**. Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo, v. 2, n. 3, p. 142-151, jul-set, 2017.