

EMPREENDEDORISMO RURAL: UMA ANÁLISE DO ECOSISTEMA DO VALE DO PEIXE BRAVO (SERRANÓPOLIS DE MINAS E RIO PARDO DE MINAS)

Ribeiro, Silvaní Brito¹
Santos, Welliton Roque²

RESUMO:

O objetivo deste trabalho é conhecer e analisar os empreendimentos do Vale do Peixe Bravo. Tendo como objetivos específicos: identificar os tipos de empreendimento presentes na região, bem como suas motivações iniciais; mapear competências empreendedoras e sua influência nos negócios; e verificar as principais dificuldades e diferenciais de empreendedores do Vale do Peixe Bravo. Para tanto foi realizada uma pesquisa quali quanti, através da aplicação de um questionário com amostragem por conveniência, que permitiu a obtenção dos resultados pretendidos e atingimento dos objetivos. Como resultado, foi possível notar a existência de diversos empreendimentos na região, nas categorias: agrícola, não agrícola, extrativista e agroindustrial; motivados principalmente pela paixão pela atividade e pela oportunidade. Verificou-se também a utilização de várias competências empreendedoras por parte dos entrevistados. Evidenciou-se ainda que as principais dificuldades apontadas pelos respondentes são referentes à realidades administrativas: de custos, marketing e gestão financeira. E por fim dentre os inúmeros diferenciais encontrados, destaca-se o quesito qualidade, muito relevante no cenário empreendedor do Vale do Peixe Bravo.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo Rural, Motivações empreendedoras, Competências empreendedoras.

ABSTRACT:

The objective of this work is to understand and analyze the entrepreneurship in the Peixe Bravo Valley. The specific objectives were to identify the types of entrepreneurship present in the region, as well as their initial motivations; to map entrepreneurial competencies and their influence on business; and to verify the main difficulties and differentials of entrepreneurs in the Peixe Bravo Valley. To this end, a quali quanti research was carried out, through the application of a questionnaire with convenience sampling, which allowed obtaining the intended results and reaching the objectives. As a result, it was possible to notice the existence of several enterprises in the region, in the following categories: agricultural, non-agricultural, extractive, and agro-industrial; motivated mainly by the passion for the activity and by opportunity. The use of several entrepreneurial competencies by the interviewees was also verified. It was also evident that the main difficulties pointed out by the respondents are related to administrative realities: costs, marketing, and financial management. And finally, among the many differentials found, the quality aspect stands out, very relevant in the entrepreneurial scenario of the Peixe Bravo Valley.

KEY-WORDS: Rural Entrepreneurship, Entrepreneurial motivations, Entrepreneurial skills.

¹ Graduada em Administração pela Faculdade Vale do Gorutuba - FAVAG.

² Doutorando em Administração, Mestre em Administração, Administrador e Contador. Docente na Faculdade Vale do Gorutuba – FAVAG / Diretor Administrativo e Financeiro na Fundação Hospitalar de Janaúba - HRJ.

EMPREENDEDORISMO RURAL: UMA ANÁLISE DO ECOSISTEMA DO VALE DO PEIXE BRAVO (SERRANÓPOLIS DE MINAS E RIO PARDO DE MINAS)

1. INTRODUÇÃO

O tema empreendedorismo, tão falado nos dias atuais e tão pertinente para o desenvolvimento econômico, tem ganhado cada vez mais espaço em áreas rurais (ARNOLD, 2011).

Sobre isso, conforme Veiga (2001), apesar de significativamente informais, os pequenos negócios agrícolas, de base familiar, são detentores de inúmeras habilidades empreendedoras e somam à economia local com atividades artesanais, comerciais e agroindústrias. Além disso, segundo alguns estudiosos, o novo cenário rural é composto não só por atividades agrícolas, mas também por não agrícolas.

Frente ao exposto, o Vale do Peixe Bravo é uma região que se destaca por sua capacidade produtora, agrícola e extrativista, em uma junção econômica e sociocultural. Visto que os 'frutos do Cerrado', típicos do Gerais (apelido do Cerrado) como o Pequi, o Coquinho Azedo, o Articum (popular marolo), a mangaba e outros, são colhidos, consumidos, comercializados in natura e em alguns casos transformados em polpas e óleos, por vezes tradicionalmente, de geração em geração, além de impulsionar a economia regional em determinadas épocas do ano.

Quanto à capacidade de produção agrícola, devem-se enfatizar principalmente os cultivos de legumes e café, que demonstram um desenvolvimento atual e apontam para novas possibilidades. Uma vez que, apesar de ainda não haver abertura de mercado nesse sentido, foi conquistada a certificação de café especial por produtores da região, em um concurso realizado no ano de 2021, na cidade de Belo Horizonte. Além disso, é importante frisar a participação de inúmeros empreendedores com atividades não agrícolas que são atuantes na economia local.

Verifica-se, pois, que toda essa conjuntura têm propiciado a atuação de empreendedores que inovam no meio rural e configuram a nova dinâmica rural brasileira.

Entretanto, não há trabalhos científicos acerca do tema voltados para essa região. Por isso, de forma inédita, o presente trabalho objetivou conhecer e analisar empreendimentos do Vale do Peixe Bravo, buscando contribuir com o desenvolvimento regional e a comunidade acadêmica ao suprir minimamente tal lacuna. E para atingir tal objetivo, o estudo buscou: Identificar os tipos de empreendimento presentes na região, bem como suas motivações iniciais; mapear competências empreendedoras e sua influência nos negócios; verificar as principais dificuldades e diferenciais de empreendedores do Vale do Peixe Bravo.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para que haja a devida compreensão acerca do empreendedorismo principalmente o empreendedorismo rural, pautado na presente pesquisa, como também dos propósitos nela almejados; é mister que se tenha um embasamento teórico pertinente. Diante disso, busca-se com a fundamentação teórica, explicar os principais conteúdos ligados ao empreendedorismo rural, a fim de dar solidez a este estudo.

2.1 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo contribui de forma significativa para o desenvolvimento econômico de um país. Visto que é tido na atualidade como um dos propulsores fundamentais da economia, “através da geração de trabalho e renda, no aproveitamento da inovação, manutenção e no desenvolvimento de comunidades” (ROCHA; ROCHA e OLIVEIRA, 2019, p. 401).

No entanto, conceituá-lo não é uma tarefa fácil. Pois não há somente uma definição, absoluta e categórica para o termo empreendedorismo (RUIZ, 2019). Haja vista tratar-se de um tema explorado por diversos estudiosos, de diferentes campos, o que resulta em variadas perspectivas (FILION, 1999).

Ressalta-se, porém, que apesar de serem inúmeras as definições acerca dessa temática, há aspectos concernentes ao empreendedor que são comuns em todas elas e devem ser frisados. Tais como: iniciativa, criatividade na utilização de recursos disponíveis e capacidade para assumir riscos calculados (DORNELAS, 2008).

Nesse sentido, para Chiavenato (2012, sd, grifo do autor), “o termo “empreendedor” - do francês entrepreneur - significa aquele que assume riscos e começa algo inteiramente novo”. Corroborando com tal pensamento, empreendedor é alguém que enxerga em meio às entrelinhas, que se antecipa, que transforma projetos e sonhos em realidades práticas (DORNELAS, 2001; SALIM e SILVA, 2010; SEBRAE, 2012).

Outrossim, o empreendedorismo é uma maneira de transformar ideias em oportunidades (DORNELAS, 2008; CRISTOFOLINI, 2016). E, segundo Hisrich; Peters e Shepherd (2014), contribui de modo considerável com a concepção e expansão de negócios, assim como o desenvolvimento de regiões e países.

Diante do exposto, constata-se que empreendedores de sucesso são detentores de importantes atributos, como: visão, capacidade de aproveitar oportunidades, otimismo, dedicação, determinação, dinamicidade, paixão pelo que faz, tomada de decisões assertivas, organização, planejamento, criação de valor, e capacidade de assumir riscos calculados (DORNELAS, 2007).

Para mais, foi desenvolvido um estudo unificado da atividade empreendedora mundial, denominado GEM (Global Entrepreneurship Monitor, traduzido como monitoramento de empreendedorismo global), que anualmente avalia o nível da atividade empreendedora em âmbito nacional. Essa pesquisa avalia o

EMPREENDEDORISMO RURAL: UMA ANÁLISE DO ECOSISTEMA DO VALE DO PEIXE BRAVO (SERRANÓPOLIS DE MINAS E RIO PARDO DE MINAS)

empreendedorismo através de uma vasta percepção, considerando negócios de empreendedores, formalizados ou não formalizados (GEM, 2019).

Posto isto, segundo o GEM (2019, p.8), empreendedorismo é “qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, seja uma atividade autônoma e individual, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente”.

2.1.1 HISTÓRIA

No decurso da história da humanidade, como versam Kalnin; Costa e Sommacal (2000) houve uma significativa contribuição de empreendedores na formação do sistema econômico, político e industrial, com a produção de riquezas e a geração de emprego e renda por todo o mundo (MAXIMIANO, 2011). Analogamente, Ruiz (2019) lista alguns personagens históricos que foram grandes empreendedores em suas épocas. Dentre os quais estão: Marco Polo, o mercador italiano consolidador de rotas comerciais com o oriente; clérigos medievais que eram incumbidos da construção de castelos, catedrais e abadias; e navegadores portugueses e espanhóis, na época da colonização da América.

Desse modo, verifica-se que, “fenômenos sociais, políticos e de poder são intrínsecos [...] ao empreendedorismo desde as referências mais antigas da humanidade” (BUENO, 2005, p.54).

Em concordância com tal afirmativa, verifica-se na literatura a menção de uma história que, segundo Sachet, Waterkemper e Sachet (2001), foi escrita há mais de 2 mil anos - extraída da Bíblia, livro Sagrado dos Cristãos - e revela a ligação do capital com o espírito empreendedor já naquela época.

Quadro 1 – História bíblica dos cinco talentos

14 Acontecerá como um homem que ia viajar para o estrangeiro. Chamando seus empregados, entregou seus bens a eles.
15 A um deu cinco talentos, a outro dois, e um ao terceiro: a cada qual de acordo com a própria capacidade. Em seguida, viajou para o estrangeiro.
16 O empregado que havia recebido cinco talentos saiu logo, trabalhou com eles, e lucrou outros cinco.
17 Do mesmo modo o que havia recebido dois lucrou outros dois.
18 Mas, aquele que havia recebido um só, saiu, cavou um buraco na terra, e escondeu o dinheiro do seu patrão.
19 Depois de muito tempo, o patrão voltou, e foi ajustar contas com os empregados.

20 O empregado que havia recebido cinco talentos, entregou-lhe mais cinco, dizendo: 'Senhor, tu me entregaste cinco talentos. Aqui estão mais cinco que lucrei.
21 O patrão disse: 'Muito bem, empregado bom e fiel! Como você foi fiel na administração de tão pouco, eu lhe confiarei muito mais. Venha participar da minha alegria'.
22 Chegou também o que havia recebido dois talentos, e disse: 'Senhor, tu me entregaste dois talentos. Aqui estão mais dois que lucrei'.
23 O patrão disse; 'Muito bem, empregado bom e fiel! Como você foi fiel na administração de tão pouco, eu confiarei muito mais. Venha participar da minha alegria'.
24 Por fim, chegou aquele que havia recebido um talento, e disse: 'Senhor, eu sei que tu és um homem severo pois colhes onde não plantastes, e recolhes onde não semeaste.
25 Por isso, fiquei com medo, e escondi o teu talento no chão. Aqui tens o que te pertence'.
26 O patrão lhe respondeu: "Empregado mau e preguiçoso! Você sabia que eu colho onde não plantei, e que recolho onde não semeei.
27 Então você deveria ter depositado meu dinheiro no banco, para que, na volta, eu recebesse com juros o que me pertence'.
28 Em seguida o patrão ordenou: 'Tirem dele o talento, e dêem ao que tem dez.
29 Porque, a todo aquele que tem, será dado mais, e terá em abundância. Mas daquele que não tem, até o que tem lhe será tirado'.

Fonte: Adaptado pelos autores.

Sobre isso, Bueno (2005) aponta que é possível identificar na narrativa, dentre outros aspectos do empreendedorismo: a capacidade de correr riscos e investir, competência, e o reconhecimento de oportunidades.

Ademais, para Hisrich e Peters (2004), as temáticas relacionadas ao empreendedorismo são provenientes da idade média, onde empreendedor era a pessoa incumbida de projetos de produção em grande escala, tanto como partícipes, quanto como responsáveis.

Em termos de Brasil, de acordo com Dornelas (2021), o empreendedorismo despontou nacionalmente na década de 1990, com o surgimento de entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTEX). Dado que, até então, o assunto quase não era abordado no país devido ao cenário político e econômico não favoráveis, e a ausência de informações.

EMPREENDEDORISMO RURAL: UMA ANÁLISE DO ECOSISTEMA DO VALE DO PEIXE BRAVO (SERRANÓPOLIS DE MINAS E RIO PARDO DE MINAS)

2.1.2 MOTIVAÇÕES EMPREENDEDORAS

As pessoas empreendem, principalmente por dois motivos: necessidade ou oportunidade (BARROS; FIÚSA e IPIRANGA, 2005; BRUNEAU e MACHADO, 2006). Sobre estes termos, Assunção; Queiroz e Costa (2017) dispõem que oportunidade e necessidade são por vezes confundidas devido à proximidade de seus conteúdos, especialmente quando a pessoa vislumbra uma oportunidade de sobrevivência no meio de sua necessidade. Apesar disso, tais expressões são distintas em seu real significado. Oportunidade é caracterizada como uma circunstância favorável à realização de algo, em momento propício, que resulte em benefícios. Enquanto necessidade é tida como coisa ou realidade imprescindível; essencial.

Côrrea e Vale (2013) correlacionam o empreendedorismo por necessidade ao desemprego, provindo da baixa atividade econômica. Uma vez que tal conjuntura impele as pessoas a buscarem um novo modo de sobrevivência através do empreendimento. No entanto, esse tipo de entrada no mercado pode não se converter em sucesso, devido à falta de planejamento.

Já no que toca ao empreendedorismo por oportunidade, Vale; Wilkinson e Amâncio (2008), afirmam que a atividade empreendedora por excelência consiste na capacidade de identificar e criar oportunidades comerciais. De modo congruente, para Fernandes e Santos (2008), a ligação da palavra 'oportunidade' ao empreendedorismo, refere-se ao processo criativo de novas propostas que são capazes de modificar o modelo convencional utilizado em determinada parcela da economia.

Por outro lado, de acordo com Vale; Côrrea e Reis (2014), diversos autores defendem que as motivações para empreender excedem o dualismo necessidade/oportunidade; como disposto no quadro abaixo.

Quadro 2 – Motivos para empreender

Autor (es)	Motivações
Storey (2006)	Talento, atitude face ao risco e fatores pessoais.
Ummah e Gunapalan (2012)	Fatores pessoais e Sucesso (personalidade, <i>background</i> familiar e suporte institucional).
Pozin (2013)	Oportunidade, autonomia, liberdade, realização, família (tempo e flexibilidade para cuidar da família), dentre outros.

Fonte: Adaptado pelos autores.

Nessa perspectiva, no ano de 2019, o GEM expandiu a abordagem de avaliação das motivações empreendedoras aplicada em sua metodologia para além da dualidade necessidade/opportunidade. Ao ampliar para as opções: para ganhar a vida porque os empregos são escassos; para fazer diferença no mundo; para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta; e para continuar uma tradição familiar (GEM, 2019), foi possível fazer uma nova leitura do cenário.

2.1.3 COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS

Para Pardini; Brandão e Souki (2008, p.29), as “competências podem ser edificadas no processo de aprendizagem oferecido pelos cursos de formação educacional ou na própria experiência pessoal e profissional”.

Todavia, de acordo com o entendimento de alguns escritores, as competências vão além do acúmulo de fundamentação conceitual e empírica do sujeito; pois referem-se ao ato de aplicar o conhecimento adquirido em realidades práticas (FLEURY e FLEURY, 2004).

Nesse sentido, mediante um estudo realizado por McClelland (nos anos 70), relatado por Ribeiro e Moreira (2017), foi possível esboçar o perfil das principais competências empreendedoras, que atualmente é utilizado pela Empretec metodologia da Organização das Nações Unidas (ONU), ofertada e executada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).

Quadro 3 – As dez Competências Empreendedoras de McClelland

1. Busca de Oportunidade e Iniciativa
2. Persistência
3. Comprometimento
4. Exigência de Qualidade e Eficiência
5. Correr riscos Calculados
6. Estabelecimento de Metas
7. Busca de Informações
8. Planejamento e Monitoramento Sistemáticos
9. Persuasão e Rede de Contatos
10. Independência e Autoconfiança

Fonte: Adaptado pelos autores.

EMPREENDEDORISMO RURAL: UMA ANÁLISE DO ECOSISTEMA DO VALE DO PEIXE BRAVO (SERRANÓPOLIS DE MINAS E RIO PARDO DE MINAS)

Esse teste realizado por McClelland continha 55 afirmações de autorreflexão, com cinco opções de resposta na escala Likert em cada alternativa. Sendo: 1 para nunca, 2 - raras vezes, 3 - algumas vezes, 4 - usualmente e 5 - sempre (RIBEIRO e MOREIRA, 2017).

2.2 EMPREENDEDORISMO RURAL

O empreendedorismo se tornou fortemente presente no meio rural, abandonando a velha perspectiva de atividade exclusivamente urbana, apesar da errônea concepção de economia rural, em que a mesma se limita apenas à agropecuária (ARNOLD, 2011).

Silva (2002) contrapõe tal concepção, ao dissertar que a separação entre o urbano e o rural tem se tornado algo extremamente dificultoso, tendo em vista a industrialização da agricultura e o processo de urbanização da área rural. De modo que, não se deve mais retratar o mundo rural tipificando-o unicamente por atividades agropecuárias. Já que, o “conjunto de atividades não agrícolas [...] o comércio e a indústria - responde cada vez mais pela nova dinâmica populacional do meio rural brasileiro” (SILVA, 2002 p.28).

Em concordância, Silva (2022) retrata a expressão “part-time farmer”, traduzida para o português como ‘agricultor em tempo parcial’, buscando designar o indivíduo do período “pós industrial” (como ele próprio nomeia) nos países desenvolvidos; cujo traço principal é ir além da classificação agricultor/pecuarista, associando atividades agrícolas e não-agrícolas tanto em áreas industriais convencionais quanto em ocupações como lazer, turismo, prestação de serviços pessoais, e outras, em ascendência no ambiente rural.

Similarmente, Arnold (2011, p.35-36), aponta que o “produtor rural passou a ser um empreendedor e prestador de serviços, trabalhando diretamente na fabricação e comercialização de seus produtos”. Algo de extrema relevância para a economia local que “é ativada através da diversificação de novas formas de trabalho no campo”.

Para Veiga (2001), os estabelecimentos agrícolas com pequenos negócios formados por núcleos familiares, são repletos de habilidades empreendedoras e impulsionadores do empreendedorismo, apesar de serem predominantemente informais. Tais empreendimentos contribuem para a variedade da economia local com atividades comerciais, artesanais ou agroindústrias.

Além disso, deve-se frisar também a satisfação do próprio produtor rural, que de acordo com Cella (2002), tem como principal propósito permanecer no campo. Entretanto, para tal, é importante que o produtor rural empreenda e faça o correto uso de instrumentos administrativos.

3. METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada através de um questionário, contendo 18 perguntas abertas e fechadas, para a coleta de dados. A mesma foi aplicada a 18 empreendedores rurais que exercem atividades agrícolas e não agrícolas no Vale do

Peixe Bravo, mais precisamente nas comunidades: Peixe Bravo, Barra Curral de Pedras, Curral de Pedras, Brejão, Rio da Cruz e Natanael.

Quanto à natureza do método: é uma pesquisa quali quanti. Quanto aos fins: exploratória, visto que não há outros estudos sobre o assunto na região abordada; e também descritiva. Quanto aos meios: de levantamento. Quanto à amostragem: não probabilística/por conveniência, em vista da acessibilidade e disponibilidade de entrevistados.

A região escolhida para este estudo, é conhecida por Vale do Peixe Bravo devido ao nome do rio que nasce no flanco leste da Cadeia do Espinhaço, ou como é popularmente chamada, Serra Geral. Ao longo de seu curso o rio limita politicamente cinco municípios do setor norte de Minas Gerais, que são: Rio Pardo de Minas, Serranópolis de Minas, Riacho dos Machados, Fruta de Leite e Grão Mogol (CARMO e KAMINO, 2017).

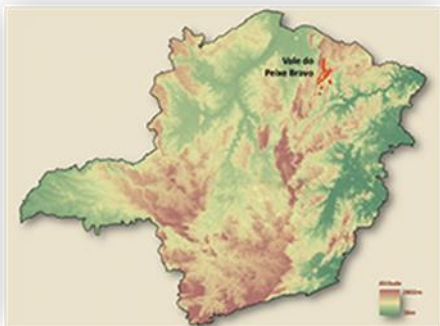
Figura 1 - Rio Peixe Bravo no mapa



Fonte: Google Maps

Trata-se de uma área predominantemente rural, apesar de ter acessibilidade para diferentes cidades do norte de Minas, como: Janaúba, Salinas e Montes Claros.

Figura 2: Localização do Vale do Peixe Bravo



Fonte: Instituto Pristino

Essa área integra o bioma Cerrado e possui zonas de transição com a Caatinga e a Mata Atlântica e está localizada geograficamente na porção norte do Estado de Minas Gerais.

EMPREENDEDORISMO RURAL: UMA ANÁLISE DO ECOSSISTEMA DO VALE DO PEIXE BRAVO (SERRANÓPOLIS DE MINAS E RIO PARDO DE MINAS)

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

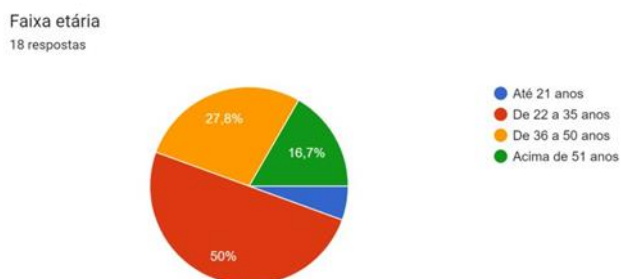
Nesta seção, serão apresentados os gráficos e resultados obtidos por meio do questionário aplicado para conhecer os empreendimentos do Vale do Peixe Bravo.

4.1 PERFIL DOS EMPREENDEDORES

A amostra contou com um total de 17 entrevistados (1 entrevistado havia mais de um negócio, totalizando 18 respostas), abordados eletronicamente e pessoalmente em diferentes comunidades (Peixe Bravo, Barra Curral de Pedras, Curral de Pedras, Rio da Cruz, Brejão e Natanael) na região do Vale do Peixe Bravo, que possuíam algum empreendimento. Destes, 61,1% eram do sexo feminino e 38,9% do sexo masculino.

A faixa etária foi bastante representativa. E pôde-se verificar, por meio dela, que é predominante entre os interrogados, o intervalo de idade entre 22 e 35 anos, seguido pelo intervalo de 36 a 50. Desse modo é possível delimitar um perfil para os empreendedores regionais, com idades entre 22 e 50 anos.

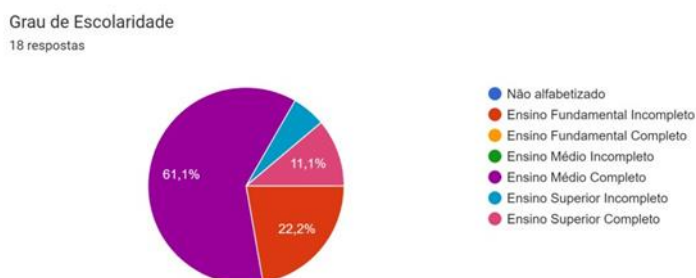
Gráfico 1 – Faixa etária



Fonte: Elaboração própria

Para compor o perfil dos empreendedores rurais do Vale do Peixe Bravo, verificou-se o grau de escolaridade dos mesmos.

Gráfico 2 – Grau de escolaridade



Fonte: Elaboração própria

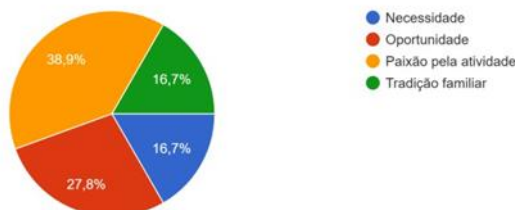
E de acordo com os resultados, percebeu-se que prevalece o 'ensino médio completo' entre os entrevistados. Com esse dado entende-se que a iniciativa de empreender no local supera a ausência de formações acadêmicas elevadas.

4.2 MOTIVAÇÕES EMPREENDEDORAS

As informações alcançadas pela pesquisa apontam para um fato importante; o motivo que levou os empreendedores rurais do Vale do Peixe Bravo a iniciar um negócio foi principalmente a paixão pela atividade (com 38,9% dos respondentes), seguida pela oportunidade (27,8%) tradição familiar e necessidade (16,7%), que ficaram empatadas.

Gráfico 3 - Motivações para empreender

O que te motivou a empreender?
18 respostas



Fonte: Elaboração própria

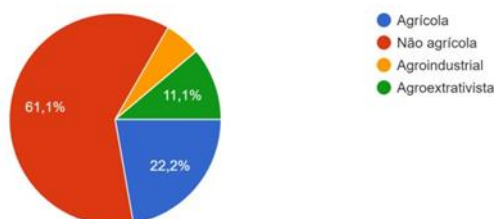
Esse resultado demonstra uma peculiaridade regional, tendo em vista que em outros locais já estudados, predomina a ‘necessidade’ como primeira motivação do empreendedorismo rural, devido às dificuldades e carências encontradas no campo.

4.3 TIPOS DE EMPREENDIMENTOS

Com base em observações prévias, foram traçados quatro tipos de atividades exercidas na região. Sendo elas: agrícola, não agrícola (que envolve comércio, serviços e outras atividades de cunho “urbano/industrial”), agroextrativista e agroindustrial (processamento de alimentos). Diante disso, nota-se pelos resultados, mais uma particularidade local. Haja vista que, mesmo com um percentual de atividade agrícola significativo (22,2%), a atividade não agrícola foi predominante nessa amostra de empreendedores (61,1%), fazendo jus a nova dinâmica rural brasileira.

Gráfico 4 - Tipo de atividade

A sua atividade tem origem...
18 respostas



Fonte: Elaboração própria

Ademais, diante das informações coletadas na amostra foi possível elencar, independentemente do tipo, as atividades realizadas na região. Sendo elas; cabeleireiro (a), confeitaria, fabricação de beiju artesanal, feirante/extrativista, fábrica de farinha de mandioca, lanchonete e sorveteria, trailer (cafézinho e

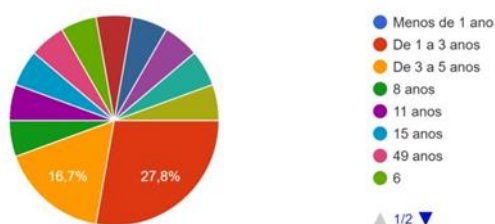
EMPREENDEDORISMO RURAL: UMA ANÁLISE DO ECOSISTEMA DO VALE DO PEIXE BRAVO (SERRANÓPOLIS DE MINAS E RIO PARDO DE MINAS)

acompanhamentos de produção caseira, como bolo, pães, biscoitos), loja de variedades, maquiadora e professora de automaquiagem, Nail designer (manicure, pedicure.), oficina mecânica, produção agrícola em escala comercial (abóbora cabotiá, café e milho), pecuária e produção de polpa de frutas (agroindústria caseira).

Ressalta-se, porém que, essa é apenas uma amostra. Há vários empreendedores de um mesmo segmento, dentre os citados anteriormente, na região; assim como há também outras atividades que não foram incluídas devido ao curto tempo de pesquisa.

Gráfico 5 - Tempo de Atividade (anos)

Há quanto tempo?
18 respostas



Fonte: Elaboração própria

Conforme gráfico acima, o tempo de atividade exercida varia desde menos de 1 ano (empreendimentos novos) até 49 anos (por tradição familiar).

4.4 CARACTERÍSTICAS DO NEGÓCIO

No tocante às maiores dificuldades encontradas no negócio; custos, gestão financeira e marketing foram os fatores mais apontados. Conjuntura que expressa a ausência de capacitação em técnicas administrativas ou de apoio de entidades governamentais que fomentam tais técnicas.

Gráfico 6 - Principais Dificuldades

Quais suas maiores dificuldades nesse negócio?
18 respostas



Fonte: Elaboração própria

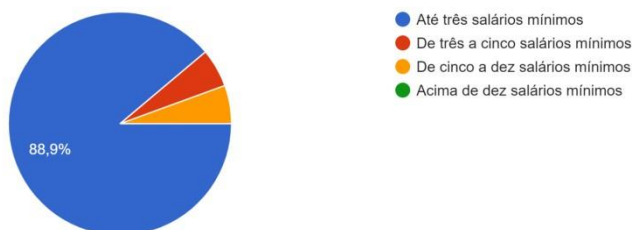
Por conseguinte, 72,2% do público pesquisado disse nunca ter possuído acompanhamento técnico. Apenas 27,8% tiveram orientação por meio de curso profissionalizante, e desses somente 1 empreendedor obteve consultoria técnica agrícola.

Segundo dados da pesquisa, a maioria dos empreendimentos da região estudada são de pequeno porte. Visto que, de acordo com o gráfico a seguir, o rendimento mensal de 88,9% dos negócios é inferior a três salários mínimos.

Gráfico 7 - Rendimento Mensal

O seu rendimento mensal é de:

18 respostas



Fonte: Elaboração própria

A pesquisa apontou ainda que 94,4% dos empreendimentos estudados são informais. No entanto, ressalta-se o interesse dos empreendedores de formalizarem seus negócios, visto que 44,4% dos entrevistados desejam a formalização.

4.4.1 FATORES ESSENCIAIS

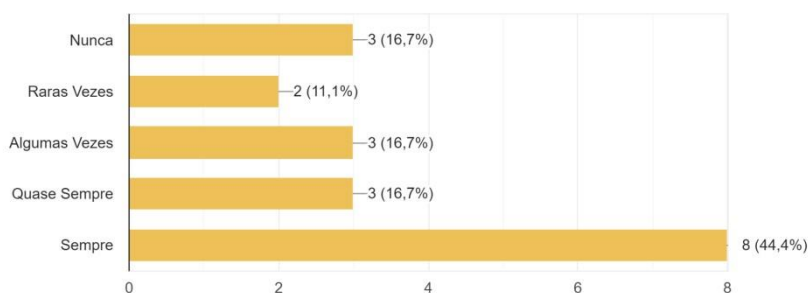
Uma parcela de 77,8% dos empreendedores disse que seus negócios são influenciados pela tecnologia e as mídias sociais, e que fazem uso das mesmas para: realização de pesquisas de insumos, aquisição de materiais, divulgação, contato com clientes e fornecedores, criação de arte, aquisição de conhecimento e aperfeiçoamento, vendas, além da utilização de tecnologias voltadas para a irrigação.

Acerca do planejamento, 61,1% dos entrevistados responderam que o fazem sempre ou quase sempre. No entanto, entre os demais há aqueles que nunca fazem (16,7%), que fazem raras vezes (11,1%), e fazem algumas vezes (16,7%).

Gráfico 8 - Frequência de Planejamento e Metas

Você faz planejamento e estabelece metas em sua atividade?

18 respostas



Fonte: Elaboração própria

Além disso, no questionário aplicado, houve uma indagação relacionada ao local onde o produto/serviço é vendido/ofertado. E as respostas foram: a região do Vale do Peixe Bravo (Serranópolis de Minas e Rio Pardo de Minas, e em alguns casos, Riacho dos Machados), centros de abastecimento em BH, Vitória da Conquista - BA,

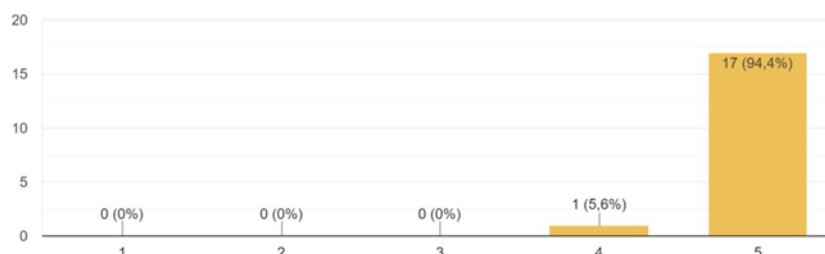
EMPREENDEDORISMO RURAL: UMA ANÁLISE DO ECOSISTEMA DO VALE DO PEIXE BRAVO (SERRANÓPOLIS DE MINAS E RIO PARDO DE MINAS)

Ceagesp e cidades do estado de São Paulo, Rio Grande do Sul, cooperativas de café (Varginha-MG e Patrocínio-SP), feiras livres (Serranópolis de Minas, Porteirinha e Janaúba-MG), estabelecimentos em áreas urbanas, no próprio local da atividade e atendimento a domicílio - em alguns tipos de serviço.

Outra temática importante é a qualidade. Fator esse que, conforme ilustrado no próximo gráfico, é levado muito a sério pelos empreendedores pesquisados, tanto que no questionamento sobre os diferenciais de cada negócio, a qualidade é mencionada por várias vezes. Junto a ela foram também citados: variedade de opções no serviço prestado, utilização de técnicas diferenciadas, atendimento com excelência, criatividade, valor agregado, qualidade e tipo de material utilizado, tradição, visual do produto, peculiaridade de sabor, disponibilidade, capacidade técnica, competência, local do empreendimento (ponto estratégico) e a inserção de produtos inovadores na região (como exemplo: a chegada do açaí).

Qual o seu grau de exigência quanto à qualidade do produto ou serviço prestado? Em um escala de 1 a 5.

18 respostas



Fonte: Elaboração própria

Por fim, segundo as respostas obtidas no questionário, a obtenção de sucesso com empreendimentos no meio rural demanda: persistência, determinação, objetivo, amor pelo que faz, bom atendimento, relacionamento com o cliente, qualidade, rede de clientes, carisma, planejamento e controle, comprometimento, esforço, foco, dedicação, pensamento estratégico, recursos e aperfeiçoamento constante.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho pretendeu conhecer e analisar os empreendimentos do Vale do Peixe Bravo, por meio da metodologia quali quanti em um questionário aplicado por conveniência.

Para isso, foram estabelecidos objetivos específicos: Primeiramente, identificar os tipos de empreendimentos presentes na região; que obteve êxito ao se constatar os diversos empreendimentos (listados nos resultados) relativos às atividades agrícolas, não agrícolas, agroextrativista e agroindustrial. Posteriormente, mapear competências empreendedoras e sua influência nos negócios. Competências que

foram apresentadas no referencial teórico e puderam ser identificadas quase a totalidade nos resultados obtidos.

Evidenciando assim, o quanto os empreendedores do Vale do Peixe Bravo fazem uso delas e prezam pelas mesmas. E por último verificar as principais dificuldades e os diferenciais dos empreendedores da região estudada. Que também teve êxito, uma vez que se constatou pelos resultados da pesquisa que as principais dificuldades são relativas a questões administrativas de custos, gestão financeira e marketing; e os diferenciais, dentre outras coisas, implicam na qualidade, criatividade e atendimento.

Desse modo, foi possível conhecer um pouco mais de uma região com ampla capacidade empreendedora e de desenvolvimento, assim como constatar algumas carências ainda existentes.

Para futuras pesquisas, sugere-se averiguar se houve melhorias em relação às atuais dificuldades apontadas e investigar a possibilidade de atuação de órgãos governamentais fomentadores de capacitação técnica em auxílio dos empreendedores.

EMPREENDEDORISMO RURAL: UMA ANÁLISE DO ECOSISTEMA DO VALE DO PEIXE BRAVO (SERRANÓPOLIS DE MINAS E RIO PARDO DE MINAS)

REFERÊNCIAS

ARNOLD, G. Empreendedorismo rural: um estudo sobre a inserção do técnico em agropecuária, egresso do IFRS - campus Sertão. 2011. Dissertação (Mestrado em Educação/Políticas Públicas e Gestão da Educação Profissional e Tecnológica) Faculdade de Educação, Universidade de Brasília, Brasília, 2011.

ASSUNÇÃO, A. G.; QUEIROZ, F. dos A.; COSTA, R. A. T. As variáveis necessidade e oportunidade e as suas influências na abertura de micro e pequenas empresas: um estudo de campo no centro comercial de Macapá-AP. Saber Humano: revista científica da faculdade Antonio Meneghetti, Restinga Sêca-RS, ISSN 2446-6298, V. 7, n. 10, p. 126-143, jul./dez. 2017. Disponível em: <https://saberhumano.emnuvens.com.br/sh/article/view/201>. Acesso em: 27 out. 2022.

BARROS, F. S. O.; FIÚSA, J. L. A.; IPIRANGA, A. S. R. O Empreendedorismo como Estratégia Emergente de Gestão: histórias de sucesso. O&S, v. 12, n. 33, p. 109-128, 2005.

BUENO, J. L. P. O empreendedorismo como superação do estado de alienação do trabalhador. 2004. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/102608/212142.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 24 out. 2022.

BRUNEAU, J.; MACHADO, H. V. 2006. Empreendedorismo nos países da América Latina baseado nos indicadores do Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Panorama Socioeconômico, v.24, n.33, p. 18-25, 2006.

CARMO, F. F. do; KAMINO, L. H. Y. O Vale do Rio Peixe Bravo: ilhas de ferro no sertão mineiro. Belo Horizonte: 3i Editora, 2017.

CELLA, D. Caracterização dos fatores relacionados ao sucesso de um empreendedor rural. São Paulo. 2002.

CHIAVENATO, I. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. 4. ed. Barueri, SP: Manole, 2012.

CÔRREA, V. S.; VALE, G. M. V. A dinâmica das motivações empreendedoras: uma investigação retrospectiva. Pretexto, Belo Horizonte, v.14, n.4, p.11-28, out/dez, 2013. Disponível em: <http://revista.fumec.br/index.php/pretexto/article/view/1441>. Acesso em: 27 out. 2022.

CRISTOFOLINI, J. MBA Empreendedor: a nova escola do empreendedorismo. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

- DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo na prática: Mitos e verdades do empreendedor de sucesso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. 3. ed. rev. São Paulo: Campus/Elsevier, 2008.
- EMPREENDEDOR. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2022. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/empreendedor/>. Acesso em: 22 out. 2022.
- FERNADES, D. V. D. H.; SANTOS, C. P. dos. Orientação empreendedora: um estudo sobre as consequências do empreendedorismo nas organizações. RAE-Eletrônica, v. 7, n. 1, Art. 6, jan./jun. 2008.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração. São Paulo, v.34, n. 2, p.05-28, abr./jun. 1999.
- FLEURY, A.; FLEURY, M. T. L. Estratégias empresariais e formação de competências: um quebra-cabeça caleidoscópico da indústria brasileira. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- GEM, Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil: relatório executivo. 2019. Disponível em: <https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2022.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. Empreendedorismo. 5 ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2004.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. Empreendedorismo. 9. ed. Porto Alegre, RS: AMGH Editora, 2013.
- KALNIN, J. L.; COSTA, F.G. de C. R. D.; SOMMACAL, K. M. Empreendedores: homens que transformam sonhos em realidades. O caso Weg S/A. In: Encontro Nacional de Empreendedorismo, 2. ed., Florianópolis: Anais... ENE - UFSC, 2000.
- MAXIMIANO, A. C. A. Administração para empreendedores. 2 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.
- PARDINI, D. J.; BRANDÃO, M. M.; SOUKI, G.Q. Competências empreendedoras e sistema de relações sociais: a dinâmica dos construtos na decisão de empreender nos serviços de fisioterapia. Revista de Negócios, [S.I.] ISSN 1980-4431, Blumenau, v. 13, n. 1, p. 28-44, Jan./mar. 2008. Artigo apresentado no 31º EnANPAD, 2007 - Rio de Janeiro. Disponível em: <https://proxy.furb.br/ojs/index.php/rn/article/view/921/826>. Acesso em: 15 nov. 2022.
- RIBEIRO, M. de F. S; MOREIRA, R. N. Características do comportamento empreendedor dos professores de empreendedorismo de ensino fundamental de uma solução educacional. Revista de Administração da UNI7, Fortaleza, v. 1, n. 1, p. 263-290, jan./jun. 2017. Disponível em: <https://periodicos.uni7.edu.br/index.php/revistadaadministracao/article/view/493>. Acesso em: 16 nov. 2022.

EMPREENDEDORISMO RURAL: UMA ANÁLISE DO ECOSISTEMA DO VALE DO PEIXE BRAVO (SERRANÓPOLIS DE MINAS E RIO PARDO DE MINAS)

ROCHA, G. da S. R.; ROCHA, P. D.; OLIVEIRA, L. de. Empreendedorismo rural: um estudo bibliométrico. *Nucleus*, Ituverava, v.16, n.1, p. 399-408, abr. 2019. ISSN 1982-2278. Disponível em:

<http://nucleus.feituverava.com.br/index.php/nucleus/article/view/3558/3074>. Acesso em: 20 nov. 2022. doi:<https://doi.org/10.3738/1982.2278.3558>.

RUIZ, F.M. Empreendedorismo. 1.ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2019.

SALIM, C. S.; SILVA, N. C. Introdução ao empreendedorismo: despertando a atitude empreendedora. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - O que é ser empreendedor - 2019. Site Disponível em:

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empreendedor,ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD#:~:text=Em%20uma%20vis%C3%A3o%20mais%20simplista,e%20parte%20para%20a%20a%C3%A7%C3%A3o>. Acesso em: 22 out. 2022.

SILVA, J. G. da. O novo Rural Brasileiro. 2. ed. rev. - 1a. reimpr. Campinas, SP: Unicamp. IE, 2002.

VALE, G. M. V.; CÔRREA, V. S.; REIS, R. F. dos. Motivações para o empreendedorismo: Necessidade Versus Oportunidade?. *RAC*, Rio de Janeiro, v. 18, n. 3, art. 4, pp. 311-327, Mai./Jun. 2014. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/rac/a/wVbBLJDGsbWC8bsBGV8tJpJ/?lang=pt>. Acesso em: 15 nov. 2022.

VALE, G. V.; WILKINSON, J.; AMÂNCIO, R. Empreendedorismo, inovação e redes: uma nova abordagem. *RAE-eletrônica*, v. 7, n. 1, art. 7, jan./jun. 2008.

VEIGA, J. E. da. O Brasil rural ainda não encontrou seu eixo de desenvolvimento.

Estudos Avançados. São Paulo, v. 15, n. 43, p. 101-119, Dec. 2001. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/ea/a/jH5FJCNrpWJqdtSwJPFQLDH/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 20 nov. 2022.