

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS RURAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EXTENSÃO RURAL

Bruna Tadielo Zajonz

**A COMPETITIVIDADE NAS AGROINDÚSTRIAS FAMILIARES NO
MUNICÍPIO DE JAGUARI/RS: ESTUDO MULTICASO À LUZ DO
EMPREENDEDORISMO RURAL**

Santa Maria, RS
2018

Bruna Tadielo Zajonz

**A COMPETITIVIDADE NAS AGROINDÚSTRIAS FAMILIARES NO MUNICÍPIO
DE JAGUARI/RS: ESTUDO MULTICASO À LUZ DO EMPREENDEDORISMO
RURAL**

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Extensão Rural, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para obtenção do título de **Mestre em Extensão Rural**.

Orientador: Prof.º Dr.º Alessandro Porporatti Arbage

Santa Maria, RS
2018

Zajonz, Bruna Tadielo

A competitividade das agroindústrias familiares no município de Jaguari/RS: Estudo multicaso à luz do empreendedorismo rural / Bruna Tadielo Zajonz.- 2018. 115 p.; 30 cm

Orientador: Alessandro Porporatti Arbage
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Ciências Rurais, Programa de Pós Graduação em Extensão Rural, RS, 2018

1. Agroindústrias Familiares 2. Empreendedorismo Rural 3. Competitividade I. Arbage, Alessandro Porporatti II. Título.

Sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFSM. Dados fornecidos pelo autor(a). Sob supervisão da Direção da Divisão de Processos Técnicos da Biblioteca Central. Bibliotecária responsável Paula Schoenfeldt Patta CRB 10/1728.

@2018

Todos os direitos autorais reservados a Bruna Tadielo Zajonz. A reprodução ou partes do todo deste trabalho só poderá ser feita mediante a citação da fonte.

Endereço eletrônico: brunabtz@gmail.com

Bruna Tadielo Zajonz

**A COMPETITIVIDADE NAS AGROINDÚSTRIAS FAMILIARES NO MUNICÍPIO
DE JAGUARI/RS: ESTUDO MULTICASO À LUZ DO EMPREENDEDORISMO
RURAL**

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Extensão Rural, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para obtenção do título de **Mestre em Extensão Rural**.

Aprovado em 02 de abril de 2018:



Alessandro Porporatti Arbage, Dr. (UFSM)
(Presidente/Orientador)



Vicente Celestino Pires Silveira, Dr. (UFSM)



Mauro Barcellos Sopena, Dr. (UNIPAMPA)

Santa Maria, RS
2018

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço à Deus por ter concebido a graça de chegar até aqui e por me dar forças e coragem para enfrentar os momentos de dificuldades que encontrei ao longo caminho.

Agradeço à Universidade Federal de Santa Maria - RS, que me acolheu durante seis longos anos de intenso aprendizado e evolução.

Agradeço aos professores do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural (PPGExR) que contribuíram para os conhecimentos adquiridos no decorrer do mestrado.

Ao meu orientador, o professor Alessandro Arbage, que mostrou-se sempre atencioso e prestativo quando precisei, obrigada por acreditar em mim e me mostrar que sou capaz. Sou grata pelos ensinamentos transmitidos e pela sua paciência no processo de elaboração desta dissertação.

As colegas que se tornaram grandes amigas, Ana Paula, Carine, Patrícia, Tatielle e Viviane, obrigada pela força de sempre e pelas vivências compartilhadas, que possamos fortalecer ainda mais nossos vínculos.

Em especial agradeço à minha mãe - dona Zeli e ao meu pai – seu Derli, e meu irmão Rodrigo, por acreditarem no meu sonho e na minha capacidade de conquistá-lo. Obrigada pai e mãe por não medirem esforços em me auxiliar desde o dia em que sai de casa em busca de um futuro melhor. Sem dúvidas, essa conquista também é de vocês.

Ao meu namorado Vagner, por estar sempre ao meu lado me apoiando e me dando forças para não desistir, pela sua companhia na pesquisa de campo. Sua presença foi essencial durante esta etapa, serei eternamente grata por tudo que fizeste por mim.

Não poderia deixar de agradecer aos produtores rurais, principais motivadores da elaboração desta dissertação, os quais me acolheram tão bem durante o período da pesquisa de campo, obrigada pela disponibilidade e tempo despendido comigo.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pela concessão da bolsa durante os 24 meses de estudos.

Enfim obrigada a todos que direta ou indiretamente contribuíram para o meu crescimento profissional e pessoal.

MUITO OBRIGADA!

RESUMO

A COMPETITIVIDADE NAS AGROINDÚSTRIAS FAMILIARES NA REGIÃO CENTRAL DO RIO GRANDE DO SUL: ESTUDO MULTICASO A LUZ DO EMPREENDEDORISMO RURAL

AUTOR: Bruna Tadielo Zajonz
ORIENTADOR: Alessandro Porporatti Arbage

A desruralização continua marcando a organização territorial brasileira, de modo que não permite considerar como uma situação simples e natural. A falta de oportunidade para os jovens rurais no campo faz com que muitos migrem para as cidades em busca de uma melhor qualidade de vida e novas formas de geração de renda. Neste sentido, novos incentivos e alternativas tornam-se importantes para a permanência dos agricultores no meio rural, frente a isso, o empreendedorismo rural surge como possibilidade para os pequenos produtores dinamizar suas atividades econômicas e alavancar o desenvolvimento destes locais, a agroindustrialização se insere neste aspecto como uma alternativa adotada por diversas famílias no meio rural. Estratégias de aperfeiçoamentos dos empreendimentos rurais, diversificação dos produtos, melhoramentos dos processos produtivos e de gestão, possibilitam ao produtor vantagens mercadológicas competitivas. Assim, a presente dissertação busca estudar o empreendedorismo rural no contexto da competitividade das agroindústrias familiares do município de Jaguari/RS. Para tal objetivo realizou-se a pesquisa em quatro agroindústrias legalizadas do município através de uma entrevista semiestruturada junto aos produtores rurais. A base teórica que norteia o estudo consiste no empreendedorismo, apresentando as particularidades de cada escola, comportamentalista e economicista, e o debate sobre o empreendedorismo rural, bem como as reflexões teóricas sobre a competitividade. Como principais resultados, tem-se que que muitos dos fatores positivos da concorrência dos empreendimentos provêm de ações empreendedoras exercidas pelos agricultores, como as inovações em tecnologias, o bom relacionamento com os clientes o qual provém do comprometimento e exigência pela qualidade dos produtos oferecidos, a legislação das agroindústrias decorrente de os agricultores identificarem na formalização uma oportunidade de manter seu lugar no mercado e que desta forma, apresenta-se como um diferencial frente à concorrência. Nota-se que dentre as características empreendedoras que foram menos identificadas nos produtores rurais foram o planejamento, o controle e o estabelecimento de metas, e que conseqüentemente apresenta-se com um dos aspectos negativos de competitividade dos empreendimentos. Constata-se assim, a importância da ação empreendedora para a competitividade dos empreendimentos agroindustriais. Logo, é imprescindível o papel da extensão rural como ente fomentador da promoção da ação empreendedora no meio rural e para incentivar os produtores a empreender cada vez mais, de modo a torna-se competitivos em suas atividades, a fim de asseguram sua qualidade de vida, garantindo sua manutenção no campo e desmistificar o senso comum de que o rural é um espaço atrasado que não pode ser melhorado.

Palavras-chave: Agroindústrias Familiares. Empreendedorismo Rural. Competitividade.

ABSTRACT

COMPETITIVENESS IN FAMILY AGROINDUSTRIES IN THE CENTRAL REGION OF RIO GRANDE DO SUL: MULTIPLE STUDY THE LIGHT OF RURAL ENTREPRENEURSHIP

AUTHOR: Bruna Tadielo Zajonz

ADVISOR: Alessandro Porporatti Arbage

Desruralization continues to mark the Brazilian territorial organization, so that it can not be considered as a simple and natural situation. The lack of opportunity for rural youth in the countryside causes many to migrate to cities in search of a better quality of life and new forms of income generation. In this sense, new incentives and alternatives become important for the permanence of the farmers in the rural environment. In view of this, rural entrepreneurship appears as a possibility for small producers to stimulate their economic activities and to leverage the development of these places, agroindustrialization is inserted in this as an alternative adopted by several families in rural areas. Strategies to improve rural entrepreneurship, product diversification, improvements in production processes and management, allow the producer competitive market advantages. Thus, the present dissertation seeks to study rural entrepreneurship in the context of the competitiveness of the family agroindustries of the municipality of Jaguari / RS. For this purpose the research was carried out in four legalized agribusinesses of the municipality through a semi structured interview with the rural producers. The theoretical basis of the study consists of entrepreneurship, presenting the particularities of each school, behavioralist and economist, and the debate on rural entrepreneurship, as well as theoretical reflections on competitiveness. As main results, many of the positive factors of the competition of the ventures come from entrepreneurial actions carried out by farmers, such as innovations in technologies, good relationship with customers which comes from the commitment and demand for the quality of the products offered, the legislation of the agroindustries resulting from the farmers identifying in the formalization an opportunity to maintain their place in the market and that, in this way, presents itself as a differential against the competition. It is noteworthy that among the entrepreneurial characteristics that were less identified in the rural producers were planning, control and goal setting, and that consequently presents itself with one of the negative aspects of the enterprises' competitiveness. Thus, the importance of entrepreneurial action for the competitiveness of agroindustrial enterprises. Therefore, the role of rural extension as a promoter of the promotion of entrepreneurial action in rural areas is essential and to encourage producers to undertake more and more in order to become competitive in their activities in order to ensure their quality of life, ensuring its maintenance in the field and demystifying the common sense that rural is a backward space that can not be improved

Keywords: Family Agroindustries. Rural Entrepreneurship Competitiveness.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - As Cinco Forças Competitivas de Porter.....	43
Figura 2 - Esquema de análise.....	51
Figura 3 - Localização de Jaguari/RS.....	53
Figura 4 - Estufa para secagem, Agroindústria A.	60
Figura 5 - Estabelecimento comercial da Agroindústria A.....	63
Figura 6 - Estabelecimento comercial da Agroindústria B.....	70
Figura 7 - Embaladora de queijos – Agroindústria C.....	74
Figura 8 - Forno – Agroindústria D.....	80

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Variáveis analíticas de competitividade	50
Quadro 2 – Fatores de competitividade das agroindústrias familiares.....	96

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANVISA	Agência de Vigilância Sanitária
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
FEE	Fundação de Economia e Estatística
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
MAPA	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
MEI	Microempreendedor Individual
PAA	Programa de Aquisição de Alimentos
PEAF	Programa Estadual de Agroindústria Familiar
PNAE	Programa Nacional de Alimentação Escolar
PRONAF	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SIF	Serviço de Inspeção Federal
SIM	Serviço de Inspeção Municipal
SUASA	Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
1.1	OBEJTIVOS.....	15
1.1.1	Objetivo Geral.....	15
1.1.2	Objetivos Específicos.....	15
1.2	PLANO DA OBRA.....	15
2	DESENVOLVIMENTO DO TEMA.....	17
2.1	AS AGROINDÚSTRIAS FAMILIARES.....	17
2.1.1	Caracterização e importância das agroindústrias familiares.....	17
2.1.2	Políticas Públicas atreladas às agroindústrias familiares.....	20
2.1.3	Legislação relacionada às agroindústrias familiares.....	22
2.2	EMPREENDEDORISMO: ORIGEM E CONCEITO.....	23
2.2.1	O Empreendedor.....	26
2.2.2	Empreendedorismo Rural.....	33
2.3	COMPETITIVIDADE: DEFINIÇÕES E CONCEITOS.....	38
2.3.1	Competitividade no meio rural.....	40
2.3.2	Modelos de diagnóstico da competitividade.....	42
3	PROCESSOS METODOLÓGICOS.....	47
3.1	ABORDAGEM DA PESQUISA.....	47
3.2	MÉTODO UTILIZADO.....	48
3.3	COLETA DOS DADOS.....	48
3.4	DEFINIÇÃO DAS CATEGORIAS DE ANÁLISE.....	49
3.5	ESQUEMA DE ANÁLISE.....	51
3.6	O CAMPO DA PESQUISA.....	52
3.7	CASOS ESTUDADOS.....	54
4	DISCUSSÃO INDIVIDUAL DOS CASOS.....	55
4.1	AGROINDÚSTRIA FAMILIAR A.....	55
4.1.1	Aspectos relacionados à ação empreendedora.....	55
4.1.2	Aspectos relacionados à competitividade do empreendimento.....	58
4.2	AGROINDÚSTRIA FAMILIAR B.....	64
4.2.1	Aspectos relacionados à ação empreendedora.....	64
4.2.2	Aspectos relacionados à competitividade do empreendimento.....	66
4.3	AGROINDÚSTRIA FAMILIAR C.....	71
4.3.1	Aspectos relacionados à ação empreendedora.....	71
4.3.2	Aspectos relacionados à competitividade do empreendimento.....	73
4.4	AGROINDÚSTRIA FAMILIAR D.....	76
4.4.1	Aspectos relacionados à ação empreendedora.....	76
4.4.2	Aspectos relacionados à competitividade do estabelecimento.....	78
5	DISCUSSÃO CONJUNTO DOS CASOS.....	84
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	99
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	104

1 INTRODUÇÃO

O êxodo rural representa um desperdício de saberes, tradição, cultura e hábitos transmitidos por séculos que constituem as comunidades rurais e os pequenos municípios. A saída do agricultor do meio rural também apresenta-se como um custo social elevado, que diminuiu a riqueza gerada pelo país (SILVA, FRANCISCO e SILVA, 2010). Para os autores, o êxodo rural é um problema social no Brasil que gera discussão para os órgãos públicos e ressalta a importância de mudar a visão dos empreendedores rurais.

A falta de oportunidade para os jovens rurais no campo faz com que muitos migrem para as cidades em busca de uma melhor qualidade de vida e novas formas de geração de renda (DOTTO, 2011). Neste aspecto, novos incentivos e alternativas tornam-se importantes para a permanência dos jovens no meio rural, frente a isso, o empreendedorismo rural surge como possibilidade para os pequenos produtores dinamizarem suas atividades econômicas e alavancar o desenvolvimento destes locais, de modo a criar novos atrativos para o campo.

Multifacetado pelas suas diferentes definições, o termo empreendedor, designado da palavra francesa *entrepreneur*, surgiu por volta do ano de 1725 com o economista Richard Cantillon, que dizia ser empreendedor o indivíduo capaz de assumir riscos (CHIAVENATO, 2012; DORNELAS, 2001). Contudo, não se tem exatidão da origem do empreendedorismo, visto que desde a idade média já se utilizava o termo empreendedor para caracterizar aqueles que gerenciavam grandes projetos de produção, porém sem assumir riscos (DORNELAS, 2001).

No Brasil, o fenômeno empreendedorismo começou a ganhar forças a partir dos anos 90 e 2000, alicerçado em várias iniciativas empreendedoras que foram responsáveis por criar a base da nova fase do empreendedorismo no país (DORNELAS, 2001). Entidades como o Serviço Brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas (Sebrae), dão o suporte necessário àqueles que visam criar seus próprios negócios, disponibilizando serviços de consultorias para soluções de possíveis problemas e auxiliando no processo de abertura de novos empreendimentos.

Erroneamente, o empreendedorismo é muitas vezes associado ao meio urbano, a criação e/ou inovação de grandes empresas e corporações, todavia, a ação empreendedora está presente cada vez mais nos espaços rurais através de pequenas ações. O empreendedorismo rural tem sido pouco abordado pelos trabalhos científicos já realizados, o que dificulta o entendimento deste fenômeno, assim, entende-se que compreender o fenômeno do empreendedorismo rural, ou melhor, o agente empreendedor rural, possibilita identificar o indivíduo que busca por meio

das oportunidades a ele oferecidas, alternativas capazes de viabilizar sua reprodução social e econômica.

Estratégias de aperfeiçoamento dos empreendimentos rurais, diversificação dos produtos, melhoramento dos processos produtivos e de gestão, possibilitam ao produtor vantagens mercadológicas competitivas. A ação empreendedora no meio rural está presente em diversos segmentos, seja na produção de *commodities*, na pecuária, nas agroindústrias. No que se refere às agroindústrias familiares, o comportamento empreendedor dos produtores rurais apresenta-se como um meio de alavancar a competitividade destes estabelecimentos.

Entende-se que a agroindustrialização pode ser caracterizada com uma ação empreendedora, visto que, por meio de seus conhecimentos tradicionais aliados às transformações, os produtores familiares conseguem produzir, beneficiar e comercializar seus produtos, de modo a garantir seu sustento e sua manutenção no meio rural. Para Gazolla e Pelegrini (2011, p. 3) “a industrialização é compreendida como uma alternativa técnico-produtiva, que busca diversificar a produção, as atividades e as rendas existentes dentro das unidades”.

A motivação em aprimorar os estabelecimentos rurais resulta de perfis empreendedores que buscam através das oportunidades, estratégias que garantam sua permanência campo. Diversificar e agregar valor à produção primária retrata uma possibilidade positiva que exprime resultados eficientes na geração de renda das atividades agrícolas (MATEI, 2015). A agroindustrialização se insere neste espaço como uma maneira de caracterizar estas transformações que vem a ocorrer nos produtos e atividades agropecuárias (GAZOLLA; PELEGRINI, 2011).

De acordo com Neto (2010), existem diferentes tipos de empreendedores, há pessoas que empreendem por oportunidade e outras que realizam a ação empreendedora por necessidade. Estas oportunidades equivalem a modificação de uma ideia inovadora ou não, cabe a cada indivíduo saber identificar, ter iniciativa e buscar auxílio de outras pessoas para alcançar os objetivos propostos (NETO, 2010).

Atualmente, as agroindústrias familiares são fomentadas por novos nichos de mercado, como produtos orgânicos e artesanais, os quais começam a ganhar força nas escolhas dos consumidores. A preocupação pela segurança alimentar, por exemplo, torna os consumidores mais seletos no momento da compra de produtos alimentícios, de modo a preconizar por produtos de melhor qualidade. A valorização por melhores produtos requer que os estabelecimentos familiares rurais busquem empreender de maneira a garantir produtos de boa qualidade e que satisfaçam o consumidor final.

Assim, muito além dos espaços urbanos, as constantes mudanças, transformações de produtos e processos estão inseridas no meio rural brasileiro. A multiplicidade de ambientes em que os produtores devem interagir, bem como a grande competitividade presente no espaço rural, faz com que cada vez mais os agricultores tenham que adotar novos produtos, serviços e/ou elaborar os mesmos produtos com métodos diferentes para poder garantir seu espaço no mercado, ou seja, torna-se necessário empreender.

O efeito do empreendedorismo no que se refere ao desenvolvimento econômico e regional vai além do acréscimo da produção e renda per capita, o empreendedorismo também abrange mudanças estruturais nos pequenos empreendimentos e com reflexo na sociedade (FILHO, MINUSSI e SANTOS, 2006). Conforme os autores, o fenômeno do empreendedorismo possibilita o crescimento das pequenas empresas, promovendo o aumento da produtividade, viabilizando maior riqueza que pode ser distribuída entre diversos atores envolvidos, de modo a assegurar a competitividade dos estabelecimentos. Assim, o empreendedorismo deve evidenciar algo novo que promova satisfação aos que desfrutam de tais serviços, de modo a propiciar a permanência do agente empreendedor no mercado que é altamente competitivo (SANTOS e SANTOS, 2006).

A transformação e agregação de valor dos produtos agroalimentares ainda ocorre de forma lenta e depende fundamentalmente da visão empreendedora dos agricultores. A mudança estrutural que ocorre nos modos de produção agrícola resulta de uma série de mudanças exercidas por empreendedores rurais que visam aumentar a competitividade do setor, os quais tem se tornado cada vez mais competitivos em seu campo de atuação (PEREIRA e PAULA, 2009).

Para conseguir inserir-se ou manter-se na lógica de mercado, atualmente, os produtores rurais precisam gerir suas ações visando tornar-se competitivos. A competitividade pode estar relacionada com a mensuração de resultado do estabelecimento, como com o ajuste de estratégias empresariais frente as regras do mercado, bem como o potencial de determinada atividade produtiva lidar com as exigências do mercado (SCHULTZ, ZANETTI e WAQUIL, 2011). Assim, a competitividade deve ser analisada perante as particularidades de cada setor.

Dado que ação empreendedora apresenta-se como um elemento potencializador da competitividade das agroindústrias, torna-se relevante conhecer o comportamento empreendedor dos produtores rurais e quais elementos que interferem na competitividade dos estabelecimentos, dessa forma, o problema de pesquisa que norteia o presente estudo é: **Os produtores rurais que atuam nas agroindústrias familiares do município de Jaguari/RS**

apresentam um comportamento empreendedor que interfere na competitividade dos empreendimentos?

Em virtude de o mercado estar cada vez mais exigente e devido ao crescente número de agroindústrias familiares, com o passar dos anos, torna-se fundamental compreender a dinâmica destes agricultores e quais suas estratégias para tornar seus estabelecimentos competitivos. Ao considerar que a ação empreendedora é um elemento que promove a competitividade, a presente pesquisa discute a competitividade das agroindústrias familiares rurais a luz dos elementos do empreendedorismo rural. Tal fato, permite o debate da importância da ação empreendedora para tornar o meio rural um ambiente mais atrativo e com maiores possibilidades de geração de renda, de modo a estimular os agricultores a permanecer neste espaço e evitar o êxodo rural, bem como, o efeito do empreendedorismo para tornar os estabelecimentos mais dinâmicos e competitivos.

A cidade de Jaguari/RS, está localizada na região central do Rio Grande do Sul e tem sua economia alicerçada na agricultura e comércio. Mesmo por se tratar de uma cidade consideravelmente pequena, com 11.473 habitantes, conforme dados do Instituto Brasileiro de Economia e Estatística (IBGE), Jaguari/RS conta com cinco agroindústrias legalizadas que vem empreendendo ao longo dos anos. São agroindústrias que iniciaram seu processo de produção a várias décadas e que conseguiram alcançar um mercado consolidado.

A motivação especial para estudar o empreendedorismo rural surge com a preocupação em identificar as alternativas adotadas pelos produtores rurais para conseguir manter-se no mercado, que está cada vez mais competitivo. Identificar as estratégias que os produtores rurais adotam para desenvolver seus próprios negócios em um ambiente de constantes transformações, bem como as motivações que levam ao espírito empreendedor, é fundamental para compreender a reprodução social e econômica das propriedades.

O estudo sobre o empreendedorismo rural é um campo em ascensão do empreendedorismo, tal área de estudo ocorre de forma mais lenta que outros campos do empreendedorismo. Atualmente, as discussões sobre a ação empreendedora no meio rural com um fenômeno e conceito distinto são incipientes, assim, a presente pesquisa contribui para expandir os debates acerca desta temática, mais precisamente, a importância desta para a competitividade das agroindústrias familiares.

A delimitação do estudo justifica-se por entender que se trata de produtores rurais que conseguiram, através de novas ideias e oportunidades, empreender seus próprios negócios e que, a partir da adoção de distintos processos, puderam agregar valor aos seus produtos e inseri-los no mercado, deixando de produzir somente para sua subsistência. Justifica-se também a

escolha das agroindústrias por se tratar de um tipo de empreendedorismo pouco explorado pelos estudos já realizados, e que pode proporcionar resultados inéditos nesta temática, bem como auxiliar a compreender a diversidade presente por trás da atividade empreendedora.

Assim, ao considerar o cenário competitivo em que as agroindústrias familiares do município de Jaguari/RS estão inseridas e com o intuito de responder o problema de pesquisa, delimitou-se os objetivos do trabalho que serão apresentados a seguir:

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Descrever o empreendedorismo rural no contexto da competitividade das agroindústrias familiares.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Caracterizar as agroindústrias familiares.
- Detectar características empreendedoras nos produtores rurais que atuam nas agroindústrias familiares.
- Verificar os fatores de competitividade dos empreendimentos familiares.
- Discutir o papel da extensão rural para promover a ação empreendedora no meio rural.

1.2 PLANO DA OBRA

A presente dissertação está estruturada em 6 capítulos. O primeiro capítulo é introdutório, onde apresenta-se o tema a ser estudado, o problema de pesquisa, o objetivo geral e os objetivos específicos, bem como a justificativa pela escolha do tema e campo de estudo. O segundo capítulo compreende o desenvolvimento do tema, nele está contido uma revisão teórica sobre as agroindústrias familiares, como sua caracterização, políticas públicas relacionadas e a legislação inerente a estes empreendimentos familiares. Tal capítulo também aborda o marco teórico sobre a temática do empreendedorismo, nesta subseção é apresentado a origem e os principais autores que discutiram e discutem o tema, as particularidades das duas escolas, a comportamentalista e a economicista, bem como, uma revisão teórica acerca do empreendedorismo rural. Por fim, o capítulo, aborda as discussões teóricas sobre a

competitividade, elencando as principais formas de investigação e a competitividade no meio rural.

O terceiro capítulo compreende o processo metodológico utilizado na pesquisa, composto pela abordagem da pesquisa, o método utilizado, a coleta dos dados. O capítulo também aborda a campo da pesquisa, ou seja, o município de Jaguari/RS, os casos investigados, a definição das categorias de análise e o *framework* proposto.

Os resultados do trabalho compreendem o quarto e quinto capítulo. O quarto capítulo apresenta os casos individualmente, descrevendo as características empreendedoras detectadas nos produtores rurais e os elementos que interferem na competitividade dos empreendimentos. O quinto capítulo, contempla uma discussão conjunta dos quatro casos estudados, de modo a apresentar as principais constatações da pesquisa, por fim, o capítulo aborda a importância da extensão rural para a ação empreendedora no meio e, conseqüentemente, para a melhoria da competitividade das agroindústrias familiares.

Finalmente, o sexto capítulo apresenta as considerações finais da pesquisa, onde é apresentado as principais conclusões, as contribuições empíricas e teóricas, bem as limitações enfrentadas durante o estudo e sugestões de trabalhos futuros. Em seguida, tem-se as referências bibliográficas utilizadas, seguido dos anexos.

2 DESENVOLVIMENTO DO TEMA

2.1 AS AGROINDÚSTRIAS FAMILIARES

2.1.1 Caracterização e importância das agroindústrias familiares

Historicamente, o processo de agroindustrialização dos produtos agropecuários tem sido voltado para grandes unidades beneficiadoras localizadas em sua maioria em grandes centros urbanos, onde os agricultores familiares são os fornecedores das matérias-primas (PREZOTTO, 2016). A dependência com as empresas processadoras reflete na dificuldade de muitas famílias em sustentar-se economicamente e garantir a melhoria da qualidade de vida.

As agroindústrias caracterizam-se pela transformação de matérias-primas em produtos de valor agregado, contudo, conforme Mior (2003), a agroindústria familiar é mais abrangente e apresenta especificidades que a distinguem de um simples processo produtivo:

A agroindústria familiar rural é uma forma de organização onde a família rural produz, processa e/ou transforma parte de sua produção agrícola e/ou pecuária, visando sobretudo a produção de valor de troca que se realiza na comercialização. Enquanto isso, a atividade de processamento de alimentos e matérias-primas visa prioritariamente a produção de valor de uso que se realiza no auto-consumo (MIOR, 2003, p. 178).

Neste sentido, enquanto o processamento realiza-se, geralmente, nas cozinhas das agricultoras, a agroindústria familiar rural constitui-se em um empreendimento com um novo espaço físico (MIOR, 2003). De acordo com o autor, dentre outros aspectos que identificam as agroindústrias familiares rurais destacam-se: i) a localização no meio rural, ii) a procedência própria da matéria-prima em sua maior parte, ou de vizinhos, iii) a utilização de máquinas e equipamentos em escalas menores, iv) processos artesanais próprios e, v) mão de obra familiar.

O processo de agroindustrialização poder ser visualizado como um método exercido pela agricultura familiar juntamente com organizações e/ou instituições, que visa readequar os recursos existentes (produtos coloniais), de produtos de subsistência – valor de uso, para um produto comercial – valor de troca, e conseqüentemente, proporcionar nova fonte de renda para a família (MIOR, 2003).

As agroindústrias familiares apresentam-se com uma estratégia que garante a permanência de inúmeras famílias no meio rural, a diversificação produtiva, a criação de renda e emprego e a garantia dos saberes tradicionais, são fatores proporcionados pelo processo de agroindustrialização e que garantem a reprodução social dos grupos familiares envolvidos

(DALBIANCO, et al. 2009). Assim, esta iniciativa apresenta-se como possibilidade econômica para os agricultores, que visa a diversificação de renda e de produção, bem como a manutenção social e econômica dos produtores rurais (GAZOLLA e PELEGRINI, 2011).

A diversidade de atividades verificadas nas agroindústrias é multifacetada, pois apresenta várias experiências com vista a assegurar a permanência no meio rural. Assim, o modo pelo qual as técnicas de transformação artesanal em pequena escala ocorrem resulta em processos de desenvolvimento rural multidirecionais (GAZOLLA, 2012).

Nesse sentido, as agroindústrias familiares geram importantes reflexos para o desenvolvimento dos territórios em que se encontram inseridas, além de proporcionarem um transbordamento desses resultados para fora do espaço rural. Isso demonstra que a presença dessas iniciativas acaba promovendo vários efeitos benéficos que são compartilhados pelas unidades de processamento independente das particularidades mais minuciosas. Além disso, as agroindústrias apresentam resultados multifacetados e de cunho multidimensional, uma vez que atingem várias arestas dentro de um mesmo espaço e de um mesmo período temporal (WESZ JUNIOR, TRENTIN e FILLIPI, 2009, p. 81).

As estratégias adotadas pelas agroindústrias familiares, ao mesmo tempo que contribuem para o desenvolvimento das propriedades rurais, proporcionam novas oportunidades de trabalho para os agricultores, a possibilidade de gerar emprego e renda no meio rural caracteriza a agroindustrialização como um fator relevante para diminuição do êxodo rural (LIMA, et al. 2015). Para os autores, ao aproveitar de forma mais eficiente e sustentável os recursos naturais disponíveis em suas localidades, os agricultores conseguem oferecer produtos mais atrativos e diferenciados aos seus consumidores finais, o que viabiliza uma melhor situação econômica e social para as famílias.

O modelo de agroindustrialização familiar é visto como uma alternativa que proporciona uma distribuição de renda mais equitativa, e propicia a inclusão social dos agricultores melhorando a sua situação econômica e qualidade de vida, por meio deste processo, garante-se o resgate dos valores culturais, sociais e identificação pessoal (PREZOTTO, 2002).

Inicialmente, a atividade tem origem dentro da propriedade rural com o intuito de diversificação de renda e produção, por meio de conhecimentos implícitos sobre produção e processamento. Após o amadurecimento dos estabelecimentos, as iniciativas começam a ganhar novos espaços e mercados, de modo que os agricultores passam a interagir com outros atores sociais e instituições (GAZOLLA e PELEGRINI, 2011). Estas interações com outros agentes possibilitam dentre outras coisas a troca de experiências, de conhecimentos, tanto de gestão quanto técnico, bem como maneiras de gerir de forma mais adequada o empreendimento. Já a

relação com as instituições possibilita acesso à créditos, a informações relacionadas aos processos de formalização do empreendimento e normas a serem seguidas. Segundo Gazolla (2012), a interação entre produtor rural e atores sociais também promove o desenvolvimento de novidades, pois a potencialização da produção pode ser estimulada com a troca de conhecimentos de fora do estabelecimento familiar com outros produtores rurais.

As atividades de agregação de valor realizadas pelas agroindústrias familiares constituem-se em estratégias de organização dos agricultores em sua cadeia de valor. Nesta perspectiva, a integração com outros agentes da cadeia produtiva, como fornecedores, instituições e clientes, constrói novas redes sociais que oportunizam o compartilhamento de inovação e conhecimento (MIOR, 2007). Assim, segundo o autor, as novas redes de aprendizagem são determinantes para o processo de desenvolvimento rural.

Ao possuir relações com diferentes níveis de ambientes como a produção, processamento, gestão, administração do negócio e atender as exigências do mercado, bem como deixar de produzir somente para a subsistência e voltar sua produção para a comercialização, faz das agroindústrias fonte genuína de empreendedorismo (MARTINS e VAZ, 2015). Esta transição econômica que muitos agricultores têm que passar, de produção de subsistência para a comercialização, faz com que os produtores rurais tenham que aprender a empreender e adquirir capacidades suficientes para se inserir na lógica de mercantilização e ganhar destaque no mercado dos produtos (MARTINS e VAZ, 2015).

As práticas, iniciativas, capacidades e recursos mobilizados pelos agricultores proporciona uma gama de atividades a serem empreendidas na zona rural, a fim de enfrentar as dificuldades e limitações impostas pelo campo (SCHNEIDER e GAZOLLA, 2015). Conforme os autores, são os contratemplos incontroláveis do meio rural que impulsionam os agricultores em busca de algo novo, o que os torna atores sociais. Assim, ao procurar novos conhecimentos os produtores rurais conseguem modificar seus hábitos, seus processos de produção e de gerenciamento, com vista a consolidar suas iniciativas de agregação de valor (GAZOLLA e PELEGRINI, 2011).

Dentre os motivos que levam os produtores rurais à agroindustrializar, destaca-se a queda dos preços dos produtos agrícolas e o aumento dos insumos; o desejo de uma alternativa para a produção de *commodities* a fim de possuir maior autonomia e reduzir a dependência com indústrias; a produção de novos conhecimentos proporcionada pelo processo de agroindustrialização e; as ações governamentais e institucionais que incentivam o surgimento de agroindústrias (GAZOLLA, 2012).

Ressalta-se que os motivos acima mencionados foram identificados por meio da pesquisa de Gazolla (2012) em uma região de agricultura familiar já integrada ao mercado de grãos e *commodities* agrícolas, dessa forma, ao analisar em outras regiões que apresentam uma dinâmica produtiva diferente pode-se encontrar outros motivos que levam ao surgimento das agroindústrias.

De acordo com Mior (2003), a origem das agroindústrias familiares pode ser visualizada como uma construção social de um conjunto de fatores, como econômicos, sociais e culturais. O autor menciona também o descontentamento dos produtores rurais ao processo de integração com as agroindústrias convencionais, os aspectos negativos desta integração estimulam a decisão dos agricultores em construir suas próprias indústrias.

2.1.2 Políticas Públicas atreladas às agroindústrias familiares

A decisão de abrir um novo empreendimento requer, além de determinação, um bom conhecimento acerca dos desafios a serem enfrentados. No caso das agroindústrias familiares rurais, dentre as principais dificuldades apresentadas no processo de criação, destacam-se os aspectos relacionados à formalização do empreendimento. Cumprir todas as exigências previstas nas normas, tanto burocráticas quanto financeiras, é um processo desafiador para os produtores rurais conseguirem legalizar suas agroindústrias.

No decorrer dos anos as políticas públicas de apoio as agroindústrias familiares foram se modificando com vistas a atender as necessidades dos agricultores. Constituídas por meio de diversos eixos, como de custeio, financiamento, comercialização, assistência técnica, estas políticas buscam dar o suporte necessário para a formalização das agroindústrias.

Na perspectiva do desenvolvimento local, da melhoria da qualidade de vida e da valorização dos sistemas produtivos da agricultura familiar, o governo lança mão de políticas públicas com vistas a auxiliar a agricultura familiar, como o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF) criado em 1995, o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), criado no ano de 2003, o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), criado em 2009.

Frente à ampliação de pequenos empreendimentos rurais de beneficiamento da produção agropecuária e das distintas formas de intervenção no meio rural, no ano de 2003 foi criado o Programa Federal de Agroindustrialização da Agricultura Familiar. Este Programa possui um conjunto de ações em diversas linhas que atuam nas práticas de agregação de valor desenvolvidas pela agricultura familiar (WESZ JUNIOR, 2012). De modo aparente, o

Programa é uma política importante para o meio rural brasileiro e para as iniciativas de agroindustrialização familiar rural devido seu apoio às novas estratégias de reprodução dos agricultores, todavia, a concentração de suas ações em pontuadas regiões acaba por se torna um gargalo a ser superado pelo Programa (WESZ JUNIOR, 2012).

Assim, no Rio Grande do Sul, no ano de 2000 foi criado, através do Decreto Estadual nº40.079 de 2000, o Programa Estadual de Agroindústria Familiar (PEAF) também conhecido como “Programa Sabor Gaúcho”. Como um programa de governo, o PEAf visava implementar agroindústrias familiares e agregação de valor à produção agropecuária. Atualmente, o Programa se encontra em uma nova fase ao ser reestabelecido com a Política Estadual de Agroindústria Familiar promulgada pela lei nº 13.921 de janeiro de 2012. Esta política objetiva “a agregação de valor à produção agropecuária, à atividade pesqueira e aquicultura e extrativista vegetal, com vista ao desenvolvimento rural sustentável, à promoção da segurança alimentar e nutricional da população e ao incremento à geração de trabalho e renda” (RIO GRANDE DO SUL, 2012, p. 1).

Coordenado pela Secretaria Estadual de Desenvolvimento Rural, Pesca e Cooperativismo (SDR) e executado pela Emater/RS-Ascar, o PEAf proporciona uma série de benefícios para os agricultores como linhas de crédito, maior participação dos produtores rurais no PAA e PNAE, orientação para a regularização sanitária, ambiental e tributária, dentre outros auxílios. Assim, o objetivo do Programa consiste em apoiar a implementação das agroindústrias familiares rurais, apoiar a legalização das agroindústrias familiares, assessor para a adequação às legislações exigentes, expandir a comercialização dos produtos provenientes dos empreendimentos familiares rurais em novos espaços local, bem como proporcionar assistência técnica e extensão rural ao público do Programa (RIO GRANDE DO SUL, 2017).

O público alvo do Programa são os agricultores familiares, empreendedores familiares rurais, aquicultores, indígenas, quilombolas, extrativistas, silvicultores, e pescadores artesanais. Para poder participar do PEAf os produtores rurais devem possuir a Declaração de Aptidão ao Programa de Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF) – DAP Física; devem produzir a matéria-prima, observar junto ao bloco de produtor rural a inserção da Atividade Econômica (CNAE); ter enquadramento como microprodutor rural e, intenção de formalizar o empreendimento conforme a legislação vigente (RIO GRANDE DO SUL, 2017).

O Programa possui duas fases de apoio às agroindústrias, a primeira referente à fase cadastramento e a segunda referente à fase de inclusão. O atestado de cadastramento é o documento emitido pela (SDR) e se constitui no documento exigido pelos órgãos responsáveis pelo licenciamento sanitário e ambiental, ao produtor, pessoa física, em situação ao Cadastro

Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ. Neste processo o produtor rural preenche uma ficha técnica de cadastramento no escritório municipal da Emater/RS (RIO GRANDE DO SUL, 2017).

Para iniciar a fase de inclusão no PEAf o agricultor deve ter sua agroindústria licenciada no órgão sanitário e ambiental competente. A inclusão no Programa permite aos beneficiados o acesso aos serviços oferecidos como eventos de comercialização, uso do selo Sabor Gaúcho, assistência técnica e para os microprodutores rurais a comercialização do produto no talão do produtor rural sem precisar ter um CNPJ.

2.1.3 Legislação relacionada às agroindústrias familiares

O que determina quais as formas de inspeção das agroindústrias familiares é a origem da matéria-prima utilizada. Atualmente, há três sistemas de inspeção (municipal, estadual ou federal). Para produtos de origem animal é constituído o Serviço de Inspeção Sanitária ligado aos órgãos da agricultura, em esfera municipal a inspeção é feita pelo Sistema de Inspeção Municipal (SIM), em esfera estadual por meio da Secretaria de Agricultura e, em esfera federal através do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Para os produtos de origem vegetal a inspeção é realizada pelo Serviço de Vigilância Sanitária ligados aos órgãos da saúde (estadual e federal). Para as agroindústrias que produzem bebidas, sucos e polpas a responsabilidade de fiscalização é do Ministério da Agricultura (GAZOLLA, 2012).

Para o produtor rural comercializar sua produção de origem animal é necessário receber o selo do Sistema de Inspeção Municipal (SIM), concedido pelas prefeituras municipais, o qual permite a comercialização dos produtos dentro dos municípios. Em âmbito estadual é necessário o selo da Coordenadoria de Inspeção de Produtos de Origem Animal (CISPOA), que permite a comercialização dos produtos dentro do estado. Já em esfera nacional, é necessário o registro no Sistema de Inspeção Federal (SIF), conferido pelo MAPA, que autoriza a comercialização em todo o território nacional e internacional.

Para a obtenção dos selos os empreendimentos devem atender as exigências requeridas para o funcionamento da atividade, como condições de higiene, infraestrutura, rótulos, embalagens, tratamento de efluentes, entre outras. Vale ressaltar que os limites territoriais de comercialização se apresentam somente nos casos de alimentos e produtos de origem animal, logo, os produtos de origem vegetal e bebidas não apresentam barreiras de comercialização. Para os produtos de origem vegetal a fiscalização é de responsabilidade de Agência Nacional

de Vigilância Sanitária (ANVISA) às Secretarias de Saúde do Estado e Coordenadorias Regionais de Saúde.

Para a formalização é necessário obter o Alvará Sanitário, que pode ser emitido em nome de pessoa jurídica ou física, em caso de pessoa física o produtor rural deve estar cadastrado no Programa de Agroindústria Familiar (PAF). As agroindústrias devem atender a determinadas características para conseguir o Alvará Sanitário como uma estrutura física adequada para os procedimentos a serem realizados, laudo de potabilidade da água usada na agroindústria, um pé direito com altura mínima de 3,50m entre outros (GAZOLLA, 2012).

A regularização dos empreendimentos familiares que produzem bebidas e polpas é realizada através do MAPA. Neste caso, é necessário ter a planta da agroindústria aprovada e registrada no referido Ministério, ter um cadastro com CNPJ, o memorial econômico sanitário, memorial arquitetônico, planta baixa completa com a localização dos equipamentos, certidão que atesta que a área para a edificação da agroindústria é própria, planta do tratamento de afluentes, dentre outros requisitos exigidos pelo MAPA para autorizar o início das atividades agroindustriais (GAZOLLA, 2012).

No ano de 2006, foi criado, através do Decreto nº 5.741/2006, o Sistema Unificado de Atenção a Sanidade Agropecuária (SUASA)¹. O SUASA é um sistema descentralizado, coordenado pelo MAPA que institui ao Distrito Federal, estados e municípios formas uniformes de fiscalização e inspeção dos produtos de origem vegetal, animal e insumos. Por meio do sistema os estabelecimentos que possuem registro de inspeção municipal ou estadual poderão comercializar sua produção para todo o Brasil. O objetivo do SUASA é a garantia da saúde dos animais e a sanidade dos vegetais, a idoneidade dos insumos e dos serviços e a identidade, qualidade e segurança higiênico-sanitária e tecnológica dos produtos finais destinados ao consumo (PREZOTTO, 2013). Adesão ao SUASA é optativa e depende da vontade do Distrito Federal, de cada estado e do município em participar do sistema.

2.2 EMPREENDEDORISMO: ORIGEM E CONCEITO

¹ O SUASA é formado por quatro sub-sistemas de fiscalização e inspeção: Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal – SISBI-POA; Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Vegetal – SISBI-POV; Sistema Brasileiro de Inspeção de Insumos Agrícolas e Sistema Brasileiro de Inspeção de Insumos Pecuários.

O termo empreendedorismo teve início no século XVII com a palavra francesa *entrepreneur*, a qual designa o conjunto de pessoas que veem na disseminação de ideias grandes oportunidades de desenvolver novos negócios de sucesso (DORNELAS, 2001).

A primeira definição do termo empreendedorismo está atrelada a Marco Polo, o qual buscou criar uma rota comercial para o Oriente. Marco Polo assinou um contrato com um capitalista que possuía dinheiro para vender as mercadorias destes, nesta situação, o capitalista era a pessoa que assumia riscos passivos enquanto que Marco Polo (o empreendedor) assumia papel ativo ao correr todos os riscos físicos e emocionais (DORNELAS, 2016).

Todavia, desde a idade média o termo empreendedor, mesmo que com outras definições, já era utilizado. Naquela época o termo era utilizado para definir aquele que gerenciava grandes projetos de produção sem assumir grandes riscos, apenas utilizando recursos disponíveis (DORNELAS, 2016).

No século XVII o termo empreendedorismo adquire seu significado atual. Neste período, Richard Cantillon e Jean-Baptiste Say, principais economistas da época, consideravam empreendedor o indivíduo capaz de assumir riscos porque investiam seu próprio dinheiro (FILION, 1999). Para Cantillon, o indivíduo que comprava matéria-prima, principalmente produtos agrícolas, por um certo preço com o intuito de processá-la e revendê-la por um preço incerto no futuro era considerado empreendedor devido ao fato de aproveitar as oportunidades com perspectiva de obtenção de lucro mesmo em um ambiente desconhecido. (FILION, 1999). Say trouxe o debate da distinção entre o empreendedor e o capitalista, para o autor empreendedor é a pessoa capaz de impulsionar a inovação provocando mudanças nos ambientes, transferindo os recursos econômicos de um setor de baixa produtividade para um setor de alta produtividade, enquanto que o capitalista era apenas o detentor do capital (FILION, 1999).

De acordo com a literatura especializada Joseph Schumpeter destaca-se como um dos principais expoentes do empreendedorismo, em suas obras o autor busca aliar a ação empreendedora com o desenvolvimento econômico, para ele o desenvolvimento econômico está atrelado às inovações geradas pelo empreendedorismo. O desenvolvimento econômico é entendido como mudanças espontâneas no fluxo circular na esfera da produção que surgem através de iniciativas próprias dos atores. É o produtor que inicia o processo de mudança dos meios produtivos, influenciados ou não pelas escolhas dos consumidores (SCHUMPETER, 1985).

A expansão do empreendedorismo em todo mundo se acentuou na década de 1990 e se intensificou nos anos 2000, denotando formas de agir, opção profissional e instrumento de desenvolvimento econômico e social (DORNELAS, 2016).

Nota-se que o empreendedorismo foi discutido durante várias décadas, contudo, como campo de estudo foi na década de oitenta que se destacou sendo estudado em várias áreas do conhecimento em diversas nações (BAGIO e BAGIO, 2014). Para os autores, o empreendedorismo não se trata de uma disciplina acadêmica, mas sim de um virtuoso campo de estudo, visto que não existe um consenso científico e nem um paradigma absoluto sobre sua definição. Assim, o estudo do empreendedorismo como disciplina não seguiu os mesmos padrões das outras disciplinas acadêmicas onde há a transmissão de conhecimento. No campo do empreendedorismo o importante é o saber ser, ou seja, é a maneira como o indivíduo define a si mesmo e como descreve sua relação com o meio. Neste campo cada pesquisador dirige suas pesquisas de modo singular ao utilizar sua cultura, lógica e metodologia particular (FILION, 1999; FILION e LAFERTÉ, 2003).

Destarte, a discussão sobre o empreendedorismo abarca diferentes áreas de estudos como a economia, psicologia, sociologia, administração. Cada área aborda o tema por meio de perspectivas avaliativas distintas. A economia, por exemplo, traz em seus debates o empreendedorismo com forma de desenvolvimento econômico atrelado a inovação, ou seja, o empreendedorismo com fator de produção. Já a psicologia trata dos aspectos motivacionais relacionados as ações empreendedoras, a personalidade e a conduta do agente empreendedor. O enfoque sociocultural despende sua atenção para as redes sociais e as instituições com ênfase na eficiência e no interior no empreendimento (VILLANUEVA, et al. 2012).

De acordo com Dornelas (2001), o empreendedorismo é conceituado como a relação de pessoas e processos que levam a transformação de ideias em oportunidades, oportunidades estas que impulsionam negócios de sucesso. Complementando esta ideia, Filion e Laferté (2003) alude que o empreendedorismo expressa um conjunto de atividades capazes de assegurar a geração de renda e um melhor desempenho das sociedades envolvidas, logo, o empreendedorismo pode ser visualizado como um fenômeno social que se manifesta na sociedade por meio de valores consensuais.

O empreendedorismo atua também como elo entre ciência e mercado, por meio da criação de novas empresas e proporcionando novos produtos e serviços ao mercado. A ação empreendedora atinge significativamente a economia ao incorporar a sua base econômica e gerar empregos (HISRICH, PETERS e SHEPHERD, 2009). Conforme os autores, devido as

suas implicações, o empreendedorismo é um tema central ao tratar de desenvolvimento econômico.

O entendimento do empreendedorismo relaciona-se também com a arte de fazer as coisas acontecerem com criatividade e motivação, ou seja, consiste no prazer de realização de qualquer projeto, pessoal ou organizacional, em contínuo desafio às oportunidades e riscos (BAGGIO e BAGGIO, 2014). Mediante os autores, o empreendedorismo apresenta-se como um elemento propulsor para o indivíduo aproveitar suas potencialidades racionais e intuitivas, bem como proporcionar um melhor autoconhecimento e um processo de aprendizagem permanente em busca de novas experiências e paradigmas.

Outra característica marcante associada ao empreendedorismo é a iniciativa, inovação, onde há possibilidade de o empreendedor realizar coisas novas e/ou de maneira diferente, bem como a capacidade de correr riscos (FILION e LAFERTÉ, 2003). Logo, entende-se que o empreendedor está sempre pronto para agir quando há condições propícias em seu meio para apoiá-lo.

Nesta perspectiva, os autores (Hisrich, Peters e Shepherd, 2009, p. 30) definiram o empreendedorismo como “o processo de criar algo novo com valor, dedicando tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e da independência financeira e pessoal”. Logo, para os autores, o empreendedorismo envolve o processo de criação, de modo a gerar valor tanto para o empreendedor como também para o público que a ação é desenvolvida, bem como envolve dedicação e esforço, pois o empreendedor está sempre pensando nos seus negócios.

2.2.1 O Empreendedor

A descrição do empreendedor ampliou com o passar dos anos à medida que a estrutura econômica mundial alterava e tornava-se mais complexa. Desde seu começo, na Idade Média, período em que o termo empreendedor era usado para se referir a ocupações específicas, com o tempo a noção de empreendedor foi moldada e ampliada, de modo a abranger princípios relacionados com a pessoa, em vez de com a sua ocupação (HISRICH, PETERS e SHEPHERD, 2009). Segundo os autores, correr riscos, inovação e criação de riqueza são alguns dos conceitos desenvolvidos à medida que progride os estudos da constituição de novos negócios.

Entender as características e motivações por trás das ações empreendedoras e suas implicações tanto para o indivíduo como para o desenvolvimento econômico, é fundamental para a verificação empírica da dinâmica das pequenas empresas (VILLANUEVA, et al. 2012).

Para Drucker (2015), embora o empreendedor precise de capital para gerir seu empreendimento não pode ser considerado um capitalista, tampouco ser considerado um investidor mesmo que assuma riscos, visto que estes fatos ocorrem em qualquer atividade econômica que tem como essência o comprometimento com os recursos atuais em expectativas futuras e, também não é um empregador, mesmo que possa ser um empregado. Para o autor o empreendedor é dotado de uma característica particular que o difere dos demais, característica esta que vai além de um traço de personalidade, de modo a considerar o empreendedorismo um comportamento onde cada pessoa tem suas singularidades.

Os empreendedores são pessoas distintas, que apresentam particular motivação e são apaixonadas pelo que fazem, buscam ser reconhecidas e admiradas pelas suas atitudes a fim de deixar um legado (DORNELAS, 2016). Conforme o autor, os empreendedores possuem características especiais que buscam a transformação, são indivíduos que questionam, arriscam, desejam algo diferente, fazem acontecer e empreendem.

Para ser empreendedor não é necessário abrir uma nova empresa ou criar seu próprio negócio, de acordo com Chiavenato (2012) o espírito empreendedor está presente em todas as pessoas que estão preocupadas em assumir riscos e inovar constantemente mesmo não possuindo seu próprio estabelecimento. Para o autor os empreendedores não fornecem apenas serviços e produtos, eles fornecem empregos, inovações e incentivam o crescimento econômico da região e/ou do país.

Em seu trabalho, Degen (2009) descreve o empreendedor à luz das ideias de Schumpeter, McClelland, os quais serão tratados na próxima seção, e Shaw. Para Shaw, existe dois tipos de indivíduos, o racional e o irracional, o homem racional procura adequar-se ao mundo enquanto o homem irracional adapta o mundo para si, conforme o autor, o progresso depende da irracionalidade do indivíduo. Assim, ao considerar os pressupostos de cada autor, Degen (2009, p. 15) sintetiza as características básicas de um empreendedor bem-sucedido: a) alguém que não se conforma com os produtos e serviços disponíveis no mercado e procura melhorá-los, é o inconformismo de Shaw; b) alguém que, por meio de novos produtos e serviços, procura superar os existentes no mercado, é o agente do processo de destruição criativa de Schumpeter e por fim; c) alguém que não se intimida com as empresas estabelecidas e as desafia com o seu novo jeito de fazer as coisas, é a necessidade de realizar de McClelland.

Em todas as descrições em relação ao empreendedorismo há de se considerar que ocorre um consenso no que se refere ao comportamento do empreendedor, o qual define empreendedor aquele que toma iniciativa, aceita riscos ou fracassos e organiza e reorganiza os mecanismos sociais e econômicos com o intuito de alterar recursos e situações para proveito prático (HISRICH, PETERS e SHEPHERD, 2009). Todas as distintas definições existentes sobre o termo empreendedorismo abarcam noções em comum, como a perspectiva de novidade, organização, criação, riquezas e riscos, as quais, futuramente, continuarão a ser as forças propulsoras à noção do empreendedorismo (HISRICH, PETERS e SHEPHERD, 2009).

Nota-se pelo exposto a gama de conceitos acerca do que vem a ser o agente empreendedor e o fenômeno do empreendedorismo, logo, seria um equívoco elucidar definições definitivas sobre o tema. Desde suas primeiras discussões acerca do indivíduo empreendedor, os economistas Richard Cantillon e Jean-Baptiste Say já demonstravam a dificuldade em defini-lo por meio de apenas uma disciplina, visto que ao apresentar uma proposição sobre o assunto, esta poderia ultrapassar os pressupostos da disciplina norteadora (FILION, 1999).

Assim, vale-se neste momento apresentar as duas principais correntes teóricas e as suas contribuições para este campo de estudo, a escola economicista e a comportamentalista. As duas escolas estudam as ações do agente empreendedor de modo a se complementarem, pois, o empreendedor ao mesmo tempo que é condicionado por características particulares (escola comportamentalista), busca detectar oportunidade de mercado com o intuito de apresentar ofertas inovadoras (escola economicista) (COSTA, 2008).

a) Escola Economicista

A escola economicista busca a compreensão do papel do empreendedor como motor do sistema econômico, que detecta oportunidades de negócios e corre riscos. (FILION, 1999). Para os economistas, o empreendedor é o indivíduo que combina trabalho, recursos e ativos para gerar valor, é aquele que induz à inovação, mudanças e novas ordens econômicas (HISRICH, PETERS e SHEPHERD, 2009).

A escola economicista tem como uma das suas principais vertentes Joseph A. Schumpeter, o qual além de associar o empreendedorismo à inovação, demonstra a importância dos empreendedores ao desenvolvimento econômico. Para Schumpeter a economia é movida por um fluxo circular, onde as coisas acontecem da mesma maneira ano após ano, contudo, com o passar de tempo esses canais modificam-se e os cursos tradicionais da economia alteram-se.

É a partir desta analogia, de como entender as mudanças e quais os fenômenos econômicos que as ocasionam, que Schumpeter inicia suas reflexões sobre o empreendedorismo (SCHUMPETER, 1985).

Para Schumpeter, essas alterações é que vão impulsionar o desenvolvimento econômico, visto que para o autor entende-se por “desenvolvimento” apenas as mudanças na economia que não são impostas de fora, mas que emergem de dentro, por sua própria iniciativa. Logo, neste âmbito o desenvolvimento é tido como um fenômeno distinto que pode ser observado no fluxo circular e na tendência de equilíbrio, é tratado como uma mudança espontânea nos canais do fluxo que modificam para sempre o estado de equilíbrio previamente existente. O desenvolvimento é definido como a realização de novas combinações (SCHUMPETER, 1985). Dessa forma, o empresário inovador através das mudanças tecnológicas (novas combinações) destrói os velhos padrões de maneira a gerar desequilíbrio na estrutura econômica, cria novos padrões de conformidade, até atingir o ponto de uma nova situação de equilíbrio – a destruição criadora (MARTES, 2010; VIEIRA, 2010).

A introdução de “novas combinações” nos processos produtivos decorre da iniciativa do agente empreendedor, que combina de forma diferenciada os insumos, os métodos e as habilidades, ou seja, o emprego distinto dos meios produtivos do sistema econômico (SCHUMPETER, 1985).

Por novas combinações entende-se: 1) introdução de um novo bem; 2) introdução de um novo método de produção; 3) abertura de um novo mercado; 4) conquista de uma nova fonte de matéria-prima; 5) estabelecimento de uma nova organização de qualquer indústria (SCHUMPETER, 1985, p. 48). Dessa forma, na visão de Schumpeter empreender não significa adaptar ou administrar eficientemente uma empresa, mas gerar possibilidades que possam modificar o fluxo econômico da atividade e do setor em que o empreendedor atua (MARTES, 2010).

Para Schumpeter há quatro pontos fundamentais em relação à ação empreendedora e a economia que pode se destacar, primeiro, o autor define o indivíduo empreendedor como unidade básica de análise; segundo, a inovação é elemento dinâmico da economia de tal modo que a função do empreendedor é imprescindível para o desenvolvimento econômico; terceiro, o empresário inovador é um indivíduo peculiar que se difere do capitalista, que toma suas decisões através de valores (inovação) e que também é movida pela paixão (desejos e conquistas), ou seja, constitui-se em um líder; quarto, o ambiente institucional é importante seja pelo apoio, seja pela oposição (MARTES, 2010).

Assim, para Schumpeter as inovações tecnológicas desenvolvidas pelas empresas visam a ampliação de lucros e, as inovações em processos produtivos geram vantagens competitivas em relação aos seus concorrentes que, conseqüentemente, proporcionar maior lucro (SANTOS, FAZION e MEROE, 2011).

Na mesma perspectiva de Schumpeter um grupo de autores considerados Neoschumpeterianos, dos quais pode-se destacar Richard Nelson, Sidney Winter, Giovanni Dosi, Cristófer Freeman, investigam a maneira como as inovações são geradas e difundidas no capitalismo, estes aludem que a mudança tecnológica é o motor do desenvolvimento econômico em que o empresário inovador tem como foco o desenvolvimento de inovações através da empresa (VIEIRA, 2010). Os neoschumpeterianos indicam a necessidade de desenvolver uma visão dos agentes, formada por indivíduos e firmas diferentes e com características cognitivas próprias. A aptidão de uma firma é resultado do processo de aprendizagem ao longo das interações com o mercado e novas tecnologias, possibilitando a instauração de rotinas dinâmicas (VIEIRA, 2010).

Na visão do economista Weber, o empreendedor é um tipo social que possui características psicológicas específicas que visa a prosperidade de seu negócio e lucratividade e que para alcançar sucesso no empreendimento sente-se obrigado a buscar o lucro (MARTES, 2010). O agente empreendedor é definido como um tipo sedutor dotado de uma ética singular e apresenta características como firmeza de caráter, clarividência e capacidade de ação, para Weber o empreendedor é fruto da sociedade capitalista moderna.

Para Drucker, o empreendedor visualiza a mudança como regra e como sendo sadia, mesmo que não a provoque por si mesmo. A constante busca pela mudança, bem como a reação à ela e sua exploração como oportunidade são atitudes que definem o indivíduo como empreendedor (DRUCKER, 2015). Conforme a literatura especializada, devido ao ambiente situacional em que as ações empreendedoras ocorrem, principalmente com perspectivas futuras, faz com que correr riscos seja uma das principais características do empreendedor. Empreender é considerada uma ação arriscada devido, sobretudo, ao fato de que grande parte dos empreendedores não sabem tudo sobre o que estão fazendo (DRUCKER, 2015).

Nota-se que para os economicistas o indivíduo empreendedor é fundamental para o desenvolvimento econômico, em suas discussões os autores consideram os valores da sociedade, onde é essencial o comportamento individual de seus integrantes. Destarte, para a vertente economicista não há desenvolvimento econômico sem a ação de líderes empreendedores (BAGGIO e BAGGIO, 2014). A essência do empreendedorismo consiste na identificação e aproveitamento de novas oportunidades na esfera dos negócios, na nova

utilização dos recursos, transferindo de seu emprego tradicional para novas combinações (BAGGIO e BAGGIO, 2014).

b) Escola Comportamentalista

Enquanto os economicistas associam o empreendedor com inovação os comportamentalistas voltam-se para os aspectos intuitivos e criativos. Uma das principais críticas à escola economicista é a incapacidade desta vertente em criar uma ciência do comportamento dos empreendedores (FILION, 1999). Foi com os debates a respeito da imperícia da escola economicista em elucidar o comportamento dos empreendedores que emergiu a escola comportamentalista. Prezando por uma melhor compreensão sobre o indivíduo empreendedor, a escola comportamentalista direciona sua atenção para sanar a lacuna deixada pelos economistas.

O objetivo desta corrente foi expandir o conhecimento sobre motivação e o comportamento humano (BAGGIO e BAGGIO, 2014). Para os comportamentalistas, o empreendedor é impulsionado por determinadas forças que o faz empreender, com vistas a suprir alguma necessidade de obter ou conseguir algo, de viver novas experiências e realizar (HISRICH, PETERS e SHEPHERD, 2009).

O principal expoente desta abordagem do empreendedorismo é David McClelland, o qual destaca a grande motivação de realização aliado ao desejo de crescimento pessoal, superação de desafios e conquistas dos seus objetivos (ALLEMAND, 2007). De acordo com McClelland, a sociedade que possuir um maior grau de realização, produzirá uma gama maior de empresários ativos, que possibilitarão um desenvolvimento econômico mais acelerado, logo a necessidade de realização é o principal incentivo do comportamento empreendedor (McCLELLAND, 1972).

Para o autor o empreendedor apresenta uma capacidade motivacional diferenciada devido a sua necessidade de realização. Esta característica impulsiona o sujeito a procurar objetivos que apresentem ações desafiantes, com vistas a fazer bem e melhor e que não sejam definidas apenas pelas prováveis retribuição em dinheiro e prestígio (ALLEMAND, 2007). Indivíduos estimulados pela necessidade de realização absorvem energia para a evolução e aprimoramento de suas atividades, apreciam a solução de questões que proporcionem desafios para as suas capacidades e sentimento de competência pessoal (ALLEMAND, 2007).

Como características comportamentais do empreendedor, McClelland destaca a busca de oportunidade e iniciativa; estabelecimento de metas; exigência de eficiência e qualidade;

planejamento e monitoramento sistemático; comprometimento; persistência; correr riscos calculados; busca de informações; persuasão e redes de contatos e independência e autoconfiança (ALLEMAND, 2007).

Por meio dessas características, McClelland estabelece três necessidades que induzem à ação empreendedora, são elas: a) necessidade de realização, a qual já foi exposta acima, b) a necessidade de filiação, refere-se à preocupação em estabelecer, manter ou reestabelecer relações emocionais positivas com outras pessoas; c) necessidade de poder, caracteriza-se pela forte preocupação em exercer poder sobre os outros (SOARES, 2011; NETO, 2010).

Conforme McClelland (1972), uma das características do empresário empreendedor é a aceitação de riscos, se não existir uma incerteza, se a ação produzir um resultado conhecido e previsível, não se pode afirmar que esteja implícito o espírito empreendedor. Para o autor, a personalidade do empreendedor deve apresentar características que em situações de incerteza moderada despertem e consigam exercer influência nos resultados. Neste âmbito, a autoconfiança apresenta-se como outra particularidade do empreendedor, visto que, quanto mais desconhecida for a situação que exige capacidade de realização, maior a confiança que o indivíduo tem em si mesmo.

Para McClelland o papel do empresário consiste em realizar as coisas de maneira particular e melhor que antes. Segundo o autor, um homem de negócios que não inova e que se limita ao comportamento tradicional, não pode ser definido como um empreendedor (McCLELLAND, 1972).

A visão de McClelland também foi criticada pois, via de regra ela busca explicar o desenvolvimento social e a prosperidade a partir de dois fatores principais, a necessidade de realização e a necessidade de poder. Críticos aludem a impossibilidade de entender o comportamento das sociedades como também dos indivíduos e empresas através de apenas dois fatores explicativos (FILION, 1999).

Logo, conforme o exposto até o presente momento percebe-se a complexidade em compreender e definir quem é o indivíduo empreendedor. De acordo com Filion (1999), não se conseguiu avaliar uma pessoa e afirmar se ela é ou não empreendedora, o que pode-se é inferir se ela apresenta ou não características encontradas comumente em empreendedores. Para o autor, a dificuldade de tal definição consiste na subjetividade ao estudar o empreendedor, por exemplo para alguns o empreendedor pode ser aquele que cria um negócio, e para outros é alguém que cria um negócio que cresce.

2.2.2 Empreendedorismo Rural

O debate sobre empreendedorismo nas áreas rurais é recente e abordado por poucos estudos no espaço acadêmico, visto que as principais discussões sobre as ações empreendedoras concentram-se no meio urbano. Apesar de sua origem ser proveniente do meio urbano, o empreendedorismo não é uma temática presente exclusivamente neste meio, visto que há constatações de ações empreendedoras nas zonas rurais.

Na atualidade, a ação empreendedora torna-se cada vez mais uma estratégia de suma importância frente a grande competitividade do setor agropecuário e as constantes mudanças que vem ocorrendo. Ao adotar novos produtos e processos, adequar e/ou agregar valor aos produtos já existentes, os produtores rurais conseguem se desenvolver e manter-se no meio rural.

O empreendedorismo não pode ser mais caracterizado como função de meio urbano ou de grandes centros econômicos, ele está cada vez mais tomando força no meio rural, de modo a desmistificar a caracterização do espaço rural como atividade agropecuária propriamente dita (GAFFURI et al., 2005). Para os autores, as informações e as capacitações necessárias para realizar um bom empreendimento estão disponíveis, basta os produtores demonstrarem interesse em empreender.

Corroborando com a ideia acima, Leite, Menezes e Lezana (2009), afirmam que o atual cenário do meio rural brasileiro não pode ser compreendido como um meio unicamente desenvolvidor de atividades agropecuárias. O espaço rural ganhou, desde as últimas décadas, uma importância social e econômica voltada para o fornecimento de bens não tangíveis e novos produtos, que não estão necessariamente alicerçados em grandes descobertas, mas sim em significativas transformações e/ou adaptações.

A maioria dos estudos existentes sobre empreendedorismo rural discutem o tema nas mesmas perspectivas do empreendedorismo do meio urbano, todavia, há distintas circunstâncias presentes nas zonas urbanas e rurais que fazem com que tratar o empreendedorismo rural como similar ao empreendedorismo urbano uma reflexão errônea. Logo, ao considerar o empreendedorismo com um fenômeno heterogêneo e multifacetado, as investigações deste tema devem ponderar as particularidades existentes em cada meio (MCELWEE e SMITH, 2014). Definir com exatidão o empreendedorismo rural consiste em uma tarefa difícil em virtude das relações estabelecidas entre as pessoas que estão envolvidas, as especificidades culturais e econômicas e a ligação entre o ambiente geográfico e social (MCELWEE e SMITH, 2014).

Em seu trabalho, Korsgaard, Müller e Tanvig (2015) abordaram dois tipos de empreendedorismo, o empreendedorismo rural e o empreendedorismo no meio rural. Conforme os autores o empreendedorismo no meio rural envolve o contexto do meio rural como meramente um espaço para suas atividades, não há uma expressiva relação entre os atores humanos e o ambiente inserido, de modo que uma empresa pode se deslocar de lugar sem perda significativa de sua função. Já o primeiro caso, o empreendedorismo rural, apresenta uma forte relação entre os atores humanos e a ruralidade do lugar e do meio ambiente.

Os autores trazem o debate acerca dos significados atrelados aos termos espaço e lugar, e suas interpretações para posteriormente compreender o empreendedorismo. Os espaços são dominados por fluxo de capital, trabalho e informações. Na análise de lugar, são as interações que definem e redefinem os lugares, de tal modo que o lugar não é considerado um simples local, mas sim um local constituído pelas interações das práticas que ali ocorrem. O lugar acaba por ser moldado pelas atividades localizadas, de maneira que a inter-relação do ambiente natural e material possibilita a recriação dos lugares (KORSGAARD, MÜLLER e TANVIG, 2015).

Conhecer os significados de espaço e local e sua relação com o empreendedorismo é primordial para a compreensão da ação empreendedora no contexto rural. De acordo com korsgaard, Müller e Tanvig (2015), os empreendimentos rurais se distinguem em termos de ruralidade à medida que se envolvem com seus locais de distintas maneiras. Assim, os ambientes rurais distintos com suas qualidades e especificidades podem proporcionar e criar diferentes ações empresariais que possam contribuir para o desenvolvimento da região (MÜLLER, 2013).

Diferentemente dos empresários que procuram valor econômico e pessoal, o empreendedor rural visa também desenvolver o local onde está situado (MÜLLER, 2013). Segundo a autora, se submeter às limitações das áreas rurais expressa uma vontade superior do empreendedor rural do que apenas lucros econômicos. O empreendedorismo rural envolve a localidade com as ações exercidas e com a criação de valor. Uma das diferenças entre o empreendedorismo encontrado no meio urbano e no meio rural está na relação estabelecida com a geografia do espaço e lugar, bem como as percepções (MCELWEE e SMITH, 2014).

Empreender no meio rural se torna uma tarefa complicada devido as limitações existentes. O distanciamento das áreas rurais dos centros urbanos acaba por proporcionar consequências negativas, como por exemplo a baixa relação com pessoas que empreendem, visto que a maioria dos empreendedores se encontram nos meios urbanos; o aumento dos custos

e tempo de viagens; falta de contato assíduo dos agricultores com as instituições e organizações de apoio e as redes de atores da economia (ZAMPETAKIS, KANELAKIS, 2010).

Nesta perspectiva, a ação empreendedora no meio rural requer maior esforço em virtude dos diferentes capitais que os agricultores devem trabalhar, e as especificidades pertencentes à ruralidade. Ao iniciar um empreendimento, os produtores deparam-se com a necessidade de possuir capital financeiro suficiente para começar a empreender, ter acesso à propriedade de terra em áreas rurais para iniciar a produção e possuir habilidades rurais a fim de conseguir lidar da maneira mais adequada no espaço rural. Logo, a necessidade de possuir estes distintos capitais propicia que a ação empreendedora no meio rural torne-se mais dificultosa do que no meio urbano (MCELWEE e SMITH, 2014).

A origem dos fatores internos e externos determinam a capacidade estratégica e produtiva dos empreendimentos. Como fatores endógenos (internos) destacam-se os fatores que o indivíduo consegue ter controle, ou seja, as competências pessoais, como as habilidades e qualidades dos empreendedores; como fatores endógenos (externos) salienta-se os elementos que o empreendedor não consegue total controle, como as políticas, fatores ambientais, mercados (MCELWEE e SMITH, 2014).

A dificuldade em acessar os mercados de insumos, matérias-primas e produtos, bem como o ambiente de liberação de comercialização de produtos em diferentes regiões muitas vezes atrapalha o empreender no meio rural (VILLANUEVA, et. al. 2012). Além destes fatores, os autores destacam a inexistência de políticas públicas específicas que auxiliam na promoção de ações empreendedoras no espaço rural, as quais são fundamentais para facilitar as iniciativas empreendedoras e potencializar o impacto na economia.

O suporte institucional para as atividades empreendedoras rurais é reduzido, no Brasil não há uma política pública voltada exclusivamente para os agricultores que desejam empreender, o que ocorre são agricultores tentando se enquadrar em programas já existentes a fim de conseguir apoio financeiro e/ou técnico. No México esta situação também se confirma visto que dentre as maiores dificuldades apresentadas pelos empreendedores rurais estão: i) o acesso ao crédito e ao financiamento; ii) os trâmites burocráticos e os custos inerentes ao processo de legalização; iii) e a falta de capacitação para os empreendedores (VILLANUEVA et. al. 2012).

Os trabalhos de Mcelwee e Smith (2014) e Tomei e Lima (2015), identificam que as principais redes de relacionamento dos empresários rurais provêm dos grupos de amigos e das famílias. O vínculo até mesmo de famílias vizinhas contribui para a rede de relação, o que

auxilia no processo de empreender, o encadeamento de ideias permite parcerias de negócios e novos empreendimentos.

Ainda no que se refere à participação da família nas atividades empreendedoras rurais, Cella e Peres (2002), destacam a importância desta para um empreendimento de sucesso. O agricultor que é capaz de estimular a mão de obra familiar para as atividades produtivas e/ou para as ações de planejamento e gerenciamento dos negócios, destaca-se como um indivíduo de sucesso.

A troca de experiências de novos conhecimentos e técnicas entre empreendedores rurais e outros agricultores fortalece uma significativa rede de cooperação e envolvimento associativo. Estas ações além de proporcionar a expansão do capital social, estimula laços de confiança no ambiente rural e a inserção destes produtores rurais no mercado (TOMEI e LIMA, 2015). Assim, o compartilhamento de ideias, a realização de parcerias e/ou associações pode ser considerado como um dos fatores para o empreendedor rural de sucesso (CELLA e PERES, 2002).

A carência de organizações e aspectos estruturais, bem como a falta de informações adequadas sobre o ambiente do empreendedorismo rural dificulta a tomada de decisão dos agricultores. Logo, o processo decisório dos produtores rurais está baseado, na maioria das vezes, na intuição, criatividade e experiência do agricultor (CHAVES, et al. 2010). Deste modo, um dos aspectos fundamentais para o empreendedorismo rural é a capacidade do produtor rural em entender os processos e intervir no ambiente social (CHAVES, et al. 2010).

Nas discussões acerca dos motivos que levam o indivíduo a empreender a literatura especializada e o Global Entrepreneurship Monitor (GEM) mencionam o empreendedorismo por necessidade e empreendedorismo por oportunidade. O empreendedorismo por necessidade refere-se à situação em que o indivíduo resolve empreender em virtude de não encontrar outra alternativa de emprego. Já os empreendedores por oportunidade detectam uma chance de negócio e optam por empreender mesmo possuindo outras possibilidades de emprego e renda (GEM, 2015).

No trabalho de Tomei e Lima (2015), foi constatado dois grupos distintos de empreendedores rurais, o estudo destaca os agricultores que criaram seus próprios negócios em virtude de alcançar seus sonhos, o que pode ser caracterizado como empreendedorismo de oportunidade e, os agricultores que criaram seus próprios negócios com a finalidade de garantir o sustento de suas famílias, o que pode ser identificado como empreendedorismo de necessidade. Vale ressaltar, conforme os autores, que os agricultores que empreenderam para garantir o sustento familiar apresentam maior ocorrência dos casos pesquisados.

Os autores Zampertakis, Kanelakis (2010), trabalham com o empreendedorismo por oportunidade, onde o conceituam como uma característica orientada para a oportunidade, dentre os traços de personalidade do indivíduo empreendedor destacam-se a criatividade, otimismo e propensão ao risco. Para os autores, várias ocorrências de oportunidades empresariais encontradas no meio urbano podem ser encontradas no empreendedorismo por oportunidade no contexto rural.

Aliar um amplo conhecimento do setor agrícola juntamente com a capacidade de correr riscos, proporciona ao indivíduo um potencial para empreender e, conseqüentemente, gerir de forma mais adequada seus negócios (BAIRWA, et al. 2014). Conforme os autores, o empreendedorismo não pode ser considerado apenas como oportunidade, mas sim, como uma necessidade para a rentabilidade e produção na agricultura e setores envolvidos.

O conhecimento de novas maneiras de utilização dos recursos disponíveis na propriedade ou o conhecimento de novos mercados promissores proporciona ao empreendedor rural a possibilidade do crescimento econômico da sua atividade. Essas informações permitem a implantação de atividades atraentes e prósperas, aliadas à uma boa gerência econômica preocupada em fornecer produtos e/ou serviços de boa qualidade (SANTOS e SANTOS, 2006).

No concernente ao desenvolvimento econômico, as atribuições do empreendedor rural são de suma relevância e seus resultados refletem por todos os campos da sociedade (BRACHT e WERLANG, 2015). De acordo com os autores, a interação do produtor rural com o meio em que vive fortalece a ligação entre a função exercida pela propriedade rural familiar e desenvolvimento econômico. Seu desafio é além de entender as mudanças, intervir e adotá-las de maneira a transformar o ambiente em que vive.

O empreendedorismo no meio rural é motivado pelas mudanças econômicas, sociais, culturais, infra estruturais e demográficas que ocorrem nas zonas rurais, bem como pela evolução dos territórios (MCELWEE e SMITH, 2014). Neste contexto, ao garantir um acréscimo de geração de renda e emprego para os produtores rurais, o empreendedorismo rural reduz o êxodo rural, fator este preocupante no cenário atual do espaço rural brasileiro:

Os empreendimentos familiares de produção vêm contribuindo com o desenvolvimento das propriedades rurais, e as estratégias empreendidas proporcionam de alguma forma ao agricultor novas oportunidades de trabalho, de modo que ele possa aproveitar todos os recursos disponíveis na propriedade para melhorar ou até mesmo criar novos produtos para o mercado consumidor, além de colaborar com a sustentabilidade dos recursos naturais e com a diminuição do êxodo rural, por meio da utilização de mão de obra familiar, melhorando assim, a situação econômica e social de suas famílias (LIMA et al., 2015, p. 70).

Considera-se empreendedor rural o indivíduo capaz de detectar oportunidades e através destas gerar e adaptar inovações, o agente empreendedor gestiona os processos necessários para beneficiar-se produtivamente de oportunidades, muitas vezes propenso a correr riscos (VILLANUEVA, et al. 2012). Para os autores, os empreendedores rurais resultam de pequenos agricultores que cujas atividades produtivas de serviço e/ou transformação são, geralmente, executadas em pequenas escalas.

O empreendedor rural procura sempre apresentar algo novo que satisfaça os seus clientes, é alguém que possui uma ampla visão sobre seu negócio, agrega valor aos seus produtos e serviços primando pela inovação e qualidade dos mesmos, a fim de fidelizar àqueles que o utilizam e garantir a permanência no mercado (SANTOS, SANTOS, 2006).

2.3 COMPETITIVIDADE: DEFINIÇÕES E CONCEITOS

O termo competitividade compreende diversas facetas de um mesmo problema o que impossibilita constituir uma definição abrangente e útil sobre o tema (FARINA, 1999). No que concerne às teorias da concorrência, a competitividade pode ser compreendida como a habilidade sustentável de sobreviver, expandir em novos e disputados mercados (FARINA, 1999). O termo de competitividade, o qual geralmente é discutido nas teorias econômicas e administrativas, é empregado também para medir os resultados atingidos de uma empresa ou por um conjunto de empresas (setor ou cadeia produtiva) no campo em que operam (SCHULTZ, ZANETTI e WAQUIL, 2011).

Para Van Duren, Martin e Westgren (1991), a competitividade é visualizada como a capacidade da empresa em mostrar-se lucrativa no setor em que atua, bem como sua predisposição em manter-se em uma posição favorável no mercado nacional e internacional em que concorre. Para os autores, a competitividade de uma firma é obtida mediante os seus lucros e sua participação no mercado.

Alguns autores relacionam a competitividade ao desempenho de mercado (competitividade revelada) ou à eficiência técnica (competitividade potencial) dos processos produtivos adotados pelas empresas (COUTINHO e FERRAZ, 1993). No que se refere ao desempenho, autores investigam a competitividade por meio da participação de mercado (*market-share*) de uma empresa ou um conjunto de empresas em um determinado período. Nesta abordagem, a demanda de mercado é que define o posicionamento competitivo das empresas, aprovando ou não as ações produtivas, comerciais e de marketing adotadas por estas (COUTINHO e FERRAZ, 1993; FERRAZ, KUPFER e HAGUENAUER, 1995).

Já os autores que analisam a competitividade mediante a eficiência técnica, levam em consideração a produtividade dos fatores insumo-produto e de outros fatores, ou seja, a capacidade da empresa transformar insumos em produtos com alto rendimento (COUTINHO e FERRAZ, 1993). Na visão da eficiência é a empresa que define a sua competitividade através do arranjo tecnológico escolhido, levando em consideração suas restrições técnicas, financeiras, gerenciais e comerciais (FERRAZ, KUPFER e HAGUENAUER, 1995).

Conforme Coutinho e Ferraz (1993), ambos os enfoques apresentam restrições de definição da competitividade, uma vez que abordam o tema de modo estático sem levar em consideração as estratégias adotadas pelas outras empresas, nem considerar o ambiente econômico em que a empresa está inserida. Diante desta lacuna, os autores propõem uma visão dinâmica da competitividade que deve ser compreendida como a capacidade da empresa criar e executar estratégias concorrenciais que possibilitem manter, de maneira duradoura, uma posição sustentável no mercado.

Kupfer (1992) reforça as insuficiências apresentadas por ambas as vertentes, evidenciando também seu tratamento estático e atemporal sobre a competitividade. Perante o autor, os conceitos de desempenho e eficiência são insatisfatórios para os debates acerca da competitividade, visto que ambos se resumem à mensuração dos resultados das estratégias adotadas pelas firmas em pontos distintos da sequência intemporal. As decisões tomadas pelas firmas se dão no tempo, contudo, para Kupfer (1992), não se manifestam apenas em escolhas intertemporais ótimas. Uma vez que o futuro é relativamente desconhecido para as firmas, as decisões são adotadas mediante expectativas futuras incertas.

Neste sentido, Kupfer (1992), alude que a competitividade não pode ser resumida aos elementos particulares da firma ou produto. É necessário compreender que a competitividade é um conceito que compreende dimensões externas à firma ou ao produto, e está relacionada com o padrão de concorrência vigente no mercado específico considerado.

De acordo com Farina (1999), são os parâmetros da concorrência que estabelecem as normas do jogo competitivo. Elementos da concorrência como preço, marca, qualidade, inovação em processo e produto, estabilidade de entrega, confiança, são considerados parâmetros que constituem o padrão de concorrência de uma indústria.

Com o passar do tempo a globalização alterou a estrutura de mercado, a qual era marcada por empresas isoladas que buscavam melhorias competitivas, para uma visão sistêmica, onde a firma não pode ser investigada individualmente, devido ser pertencente a uma rede constituída por diversos e diferentes segmentos (ZANELLA, et al. 2016). A competitividade da empresa depende destas relações sistêmicas, uma vez que as estratégias

empresariais podem ser inibidas por gargalos de coordenação vertical ou de logística (FARINA, 1999).

As empresas, via de regra, ao competir nos mercados tendem a adequar-se às normas e/ou aos padrões de competição vigentes em certo momento, sendo necessário assim, examinar as estratégias aderidas pelas outras empresas em períodos anteriores, com o intuito de verificar as fontes de vantagens competitivas empregadas e que estabelecem a competitividade (SCHULTZ, ZANETTI e WAQUIL, 2011). Conforme os autores, a competitividade pode apresentar-se como uma medição de resultados alcançados pela empresa, como por meio de ajustes das estratégias empresarias às regras do mercado, bem como a determinação de ações que sigam às exigências do mercado.

A competitividade é sinalizada como uma interação entre diversos segmentos que se encontram interligados, como o Estado, as empresas, as instituições, a capacidade organizativa da sociedade (BRASIL, 2007). Assim, ao ser constituída por diferentes setores, a competitividade não emerge somente ao alterar o contexto do macro ambiente tampouco nem se sustenta apenas em nível micro de empresa (BRASIL, 2007).

A concorrência além de influenciar na definição das ações da empresa, as quais irão refletir em seu desempenho, também induzem ao sucesso ou ao fracasso (PORTER, 1989). Para o autor a estratégia competitiva surge através do entendimento das regras da concorrência que determinam a atratividade de uma indústria com o intuito de modificá-las em prol da empresa. O foco da elaboração de uma estratégia competitiva consiste em relacionar uma empresa com o meio em que está inserida. Além de forças do ambiente social e econômico a empresa deve voltar sua atenção para a (s) indústria² (s).

Ao identificar os determinantes que afetam a competitividade de um setor e suas implicações, a empresa consegue constatar as forças e fraquezas de forma estratégica e deste modo elaborar plano de ação com vista a posicioná-la da melhor forma possível frente a seus concorrentes (CIPOLLA e GIMBA, 2009).

2.3.1 Competitividade no meio rural

Assim como os espaços urbanos e industriais, o meio rural também se apresenta como um ambiente competitivo composto por diversos segmentos interligados que atuam em níveis de concorrência distintos. A diferenciada competitividade deste setor resulta da

² Porter (2004) define o termo “indústria” como um setor ou grupo de empresas fabricantes de produtos que são substitutos bastante aproximados entre si.

heterogeneidade do meio rural brasileiro, o qual apresenta elementos específicos que o distingue dos demais setores da economia.

O desconhecimento dos negócios agrícolas ou a não consideração das particularidades presente neste setor, tornam-se limitadores para o debate da competitividade no meio rural. A tomada de decisão dos agricultores, os quais muitas vezes produzem de acordo com sua vontade sem levar em consideração alguns princípios das indústrias como a lei de oferta e demanda, mostra-se como uma especificidade do setor que merece destaque nas discussões sobre sua competitividade (BARCELLOS, et al. 2010). Adequar a produção para um determinado mercado e produzir de acordo com as preferências dos consumidores é um dos desafios do produtor rural para tornar-se empreendedor e competitivo na agricultura.

As estratégias adotadas pelos empreendimentos do meio rural resultam da compreensão da competitividade e da definição dos elementos que a determinam, apresentando-se assim, como uma medida de desempenho (BARCELLOS, et al. 2010).

No meio agropecuário, pode-se destacar três elementos que asseguram sua competitividade e desempenho: i) as estratégias competitivas de mercado; ii) pessoas habilitadas e; iii) processos produtivos eficientes e sustentáveis em âmbito econômico, social e ambiental (SEPULCRI e TRENTO, 2010). O desempenho de um setor, para Sagheer, Yadav e Deshmukh (2009), depende de fatores humanos como a performance do produtor, processador, exportador e do governo, entre outros agentes, bem como de fatores de natureza não humana, como o cenário regulatório, a qualidade e segurança alimentar. Especificamente, no caso das agroindústrias rurais, outro fator não humano que exerce influência no desempenho do empreendimento são os fatores climáticos, que muitas vezes interferem na produtividade da matéria-prima utilizada para a agroindustrialização.

Os produtores rurais, segundo Sepulcri e Trento (2010), apresentam aspectos produtivos adequados, todavia, no momento da comercialização não possuem um poder de competitividade. Este fato resulta do baixo poder de negociação de compra e venda, que muitas vezes ocorre devido à concentração de vendedores e compradores, bem como baixo poder de barganha frente aos fornecedores de insumos. Os autores aludem que uma forma de dinamizar a pequena produção agrícola, garantindo a permanência dos produtores no mercado, é através regularidade da oferta, da qualidade dos produtos, e da diversidade. Nesta perspectiva, a agroindustrialização se apresenta como uma alternativa coerente com vistas a corroborar com a competitividade dos pequenos produtores rurais, os quais muitas vezes não conseguem se inserir nos grandes mercados de *commodities*.

As agroindústrias familiares, caracterizam-se como uma significativa opção de desenvolvimento sustentável para os produtores rurais. Os empreendimentos agroindustriais familiares rurais possibilitam a agregação de valor aos agricultores, de modo a gerar oportunidades de trabalho, geração de renda com grande participação de jovens e mulheres, oportunizando assim, uma maior obtenção de renda às famílias envolvidas (PETTAN, 2005).

Em virtude das ideias propostas pelas cadeias curtas agroalimentares, como as agroindústrias, nota-se cada vez mais o interesse dos consumidores por estes segmentos de mercado. Esta opção pelos consumidores resulta em um aumento da concorrência entre diferentes tipos de cadeias curtas agroalimentares, que em determinadas situações é provocado pelo ingresso de atores da indústria e de distribuição tradicionais que procuram integrar alguns mecanismos bem como a lógica de encurtamento dessas, adotando inovações logística e organizacionais (BELLETTI e MARESCOTTI, 2017).

A procura por um relacionamento mais direto entre produtor e cliente intensifica a concorrência entre as partes envolvidas. Este ambiente concorrencial difere de caso para caso, bem como apresenta distinto envolvimento dos produtores rurais, que em algumas situações pode ser praticamente ausente (BELLETTI e MARESCOTTI, 2017). Conforme os autores, este cenário ao mesmo tempo que gera oportunidades importantes para os atores envolvidos, também evidencia riscos de concorrência desleal, a qual pode afetar os benefícios trazidos pelas cadeias curtas, como a agroindústria familiar.

A análise da competitividade no meio rural requer a compreensão de que não se trata de uma competitividade semelhante ao setor industrial e urbano. O ambiente agropecuário apresenta particularidades que o difere de outros setores e desta forma, os modelos existentes se tornam insuficientes para a sua compreensão. É necessário, portanto, considerar os aspectos característicos da realidade social, econômico e ambiental do setor a ser analisado, para assim poder obter um diagnóstico conciso do seu cenário competitivo (SOUZA e BUAINAIN, 2013).

2.3.2 Modelos de diagnóstico da competitividade

Nesta subseção é abordado dois modelos frequentemente utilizados para detectar a competitividade, o modelo das cinco forças competitivas de Porter e os direcionadores de competitividade de Silva e Batalha (1999). Ressalta-se a existência de outros métodos de verificação da competitividade como o Modelo do Estudo da Competitividade da Indústria Brasileira - ECIB (FERRAZ, KUPFER e HAGUENAUER, 1995), o modelo de Cadeia de Valor de Michael Porter, entre outros. Todavia, este trabalho apresenta os dois primeiros

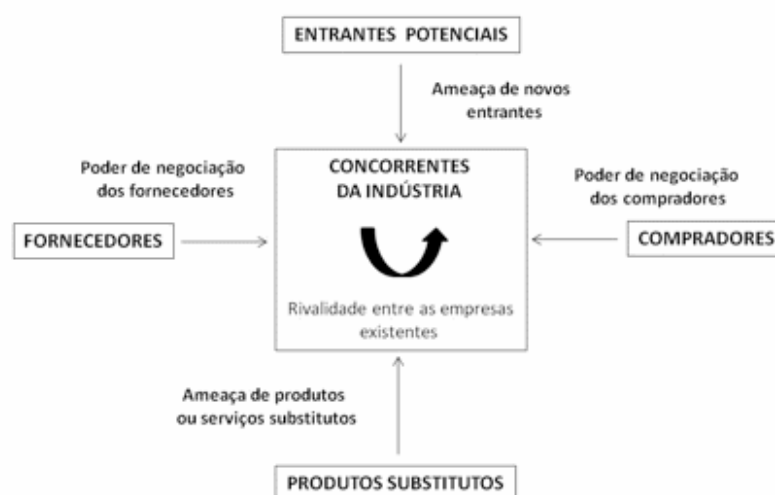
métodos visto que são eles que subsidiam a definição das variáveis que analisam a competitividade das agroindústrias familiares rurais.

A) Cinco forças Competitivas de Michael Porter

Conforme Porter (1989), as regras da concorrência apresentam-se inseridas em cinco forças competitivas, são elas: a entrada de novos concorrentes, a ameaça de substitutos, o poder de negociação dos compradores, o poder de negociação dos fornecedores e a rivalidade entre os concorrentes existentes.

Estas cinco forças, que são conhecidas como “ As Cinco Forças Competitivas de Porter”, que estão expressas na Figura 1, estabelecem a rentabilidade da indústria uma vez que induzem os preços, os custos, e o investimento necessário, ao mesmo modo que demonstram o seu grau de concorrência. Cada força competitiva representa uma função dos elementos econômicos e técnicos subjacentes de uma indústria (PORTER, 1989).

Figura 1 - As Cinco Forças Competitivas de Porter.



Fonte: Porter, 2004.

A análise das cinco forças, a análise estrutural, consiste na identificação de elementos básicos de uma indústria como a sua economia e tecnologia, e que moldam o ambiente em que

a estratégia competitiva vai se constituir (PORTER, 2004). Para Porter a análise da concorrência deve ser realizada de forma ampla, com base nas informações do ambiente externo em que a empresa atua, ou seja, a análise deve ser feita além das fronteiras da empresa (SCHULTZ, ZANETTI e WAQUIL, 2011). Como as forças externas, comumente, atingem todas as empresas na indústria, o aspecto decisivo encontra-se nas diferentes maneiras das empresas lidar com elas (PORTER, 2004).

A seguir são explanadas cada uma das cinco forças e suas principais definições com base em Porter (2004).

a) Ameaça de novos entrantes: as empresas que entram em determinado setor trazem juntamente com nova capacidade o desejo de ganhar uma parcela do mercado e recursos substanciais. A ameaça de entrada em um mercado depende das barreiras de entrada existentes tais como: economia de escala, diferenciação de produtos, necessidade de capital, custo de mudança, acesso aos canais de distribuição, desvantagens de custos independentes de escala e política governamental.

b) Rivalidade entre as empresas concorrentes: assume uma maneira de disputa por uma melhor posição no mercado, através de estratégias de preços, marketing, introdução de produtos, garantia. Na grande parte das indústrias, as ações exercidas por uma empresa têm efeitos perceptíveis em seus concorrentes, o que pode estimular esforços dos concorrentes em conter essas ações, ou seja, o padrão ação e reação, logo, as empresas são mutuamente dependentes. A rivalidade pode ser visualizada como a consequência da interação de diversos fatores estruturais.

c) Ameaça de produtos ou serviços substitutos: as empresas em uma indústria estão competindo, em termos mais abrangentes, com indústrias que fabricam produtos substitutos. Estes produtos substitutos declinam os retornos potenciais de uma indústria, colocando um limite nos preços que as empresas podem fixar com lucro, bem como reduzem os recursos que uma indústria pode obter em tempos de prosperidade.

d) Poder de negociação dos compradores: os compradores competem com a indústria forçando os preços para baixo, prezando por melhor qualidade e/ou mais serviços de modo a estimular a concorrência entre as empresas. O poder de barganha dos compradores depende da sua situação no mercado e da importância das suas compras para a empresa. Ressalta-se que o poder do comprador pode aumentar ou diminuir com o tempo. A decisão a quem vender seus bens e/ou serviços é vista como crucial para a empresa, uma vez que a empresa pode melhorar sua postura estratégica ao descobrir compradores com baixo poder de influência.

e) Poder de negociação dos fornecedores: em determinadas situações os fornecedores podem apresentar-se como ameaça para as empresas, seja através da elevação dos preços ou da redução da qualidade dos produtos e serviços oferecidos. Fornecedores com maior barganha podem reduzir a rentabilidade da empresa devido a incapacidade de a empresa repassar o ajuste dos custos aos clientes.

Após a análise estrutural, via de regra, as empresas descobrem diversas maneiras de atingir uma posição defensável frente aos concorrentes. Porter (2004), apresenta três principais estratégias competitivas genéricas, que podem ser usadas separadamente ou em conjunto, a fim de criar uma posição defensável a longo prazo e superar a concorrência, são elas: i) liderança no custo total; ii) diferenciação e iii) enfoque. A escolha da melhor estratégia a ser adotada vai depender das próprias circunstâncias das empresas (produtores), nem todas as estratégias serão apropriadas para todas as empresas (produtores), a estratégia a ser adotada deve suprir tanto as capacidades internas e externas competitivas frente aos seus concorrentes (SEPULCRI e TRENTO 2010).

B) Direcionadores de competitividade

Silva e Batalha (1999), trazem o debate da competitividade em cadeias produtivas por meio de direcionadores de competitividade. O modelo proposto pelos autores apresenta um “olhar sistêmico” das atividades agropecuárias, ou seja, estas práticas como uma parcela de um sistema mais amplo composto por atividades a montante e a jusante que estão inseridas em um ambiente institucional e organizacional (SCHULTZ, ZANETTI e WAQUIL, 2011).

Neste aspecto, o ambiente agropecuário apresenta especificidades que resulta em um espaço analítico diferenciado do convencional admitido em estudos de competitividade (SILVA e BATALHA, 1999). Logo, perante os autores, a análise da competitividade em uma cadeia agroindustrial não pode ser medida pela soma da competitividade individual de seus agentes, mas sim levar em consideração a análise conjunta do sistema.

A competitividade em uma cadeia de produção agroindustrial pode ser considerada como “a capacidade de um dado sistema produtivo obter rentabilidade e manter a participação de mercado no âmbito interno e externo, de maneira sustentada” (SILVA e BATALHA, 1999, p. 12).

A metodologia analítica da competitividade proposta por Silva e Batalha (1999) supõem que o efeito conjunto dos elementos críticos identificados na análise resulta em determinada condição para o desempenho de competitividade. Destarte, a percepção dos fatores de

competitividade e a sua classificação quanto ao seu grau de controle, os quais os autores classificam em controláveis pelo governo, controláveis pela firma, quase controláveis e não controláveis, tal como a determinação da medida de impacto destes sobre o desempenho, podem ser considerados fatores fundamentais para a implantação de estratégias empresariais e de políticas públicas para a melhoria da competitividade (SILVA e BATALHA, 1999). O modelo é composto por seis direcionadores de competitividade: tecnologia, gestão interna, estrutura de mercado, insumos, infraestrutura e ambiente institucional.

3 PROCESSOS METODOLÓGICOS

3.1 ABORDAGEM DA PESQUISA

Cada pesquisa social apresenta um objetivo particular que visa responder determinadas indagações a respeito de algum problema que se queira investigar. Vale-se então, definir quais os métodos que são utilizados para alcançar tal objetivo. No que se refere ao nível de pesquisa, a literatura especializada apresenta três principais níveis que são utilizados nas pesquisas sociais, são eles: exploratório, descritivo e explicativo (GIL, 2008).

O presente estudo caracterizou-se como um estudo exploratório, que, de acordo com Gil (2008), é bastante válido para assuntos que foram pouco explorados, de maneira a auxiliar na formulação das hipóteses e entendimento dos conceitos. Assim, “esta etapa representa um período de investigação informal e relativamente livre, no qual o pesquisador procura obter, tanto quanto possível, entendimento dos fatores que exercem influência na situação que constitui o objeto de pesquisa” (GIL, 2002, p. 130).

A fase exploratória da pesquisa foi realizada por meio da revisão de literatura acerca do tema empreendedorismo rural e competitividade através de conversas informais com professores especializados no assunto e pessoas que conhecem a realidade local estudada. Foram feitas visitas anteriores às entrevistas nas agroindústrias para compreender as dinâmicas de trabalho e assim alcançar maior aproximação com os entrevistados.

Para atender os objetivos propostos, a pesquisa caracteriza-se como um estudo de enfoque qualitativo, a qual consiste em entender e aprofundar as questões de pesquisa sem medições numéricas, a fim de comprovar ou não a hipótese estabelecida (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2006). Para os autores a pesquisa qualitativa procura evidenciar a realidade tal qual é vivida pelos seus atores, de forma a descobrir as questões mais pertinentes no estudo. Neste sentido, o foco principal da pesquisa consiste em entender profundamente os fatos e como eles se apresentam na realidade sem preocupar-se em medi-los.

Com o intuito de compreender a importância do comportamento empreendedor dos produtores rurais para a competitividade das agroindústrias optou-se pela abordagem qualitativa, a qual segundo Minayo (2001, p. 21), “trabalha com um universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores, e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização das variáveis”.

3.2 MÉTODO UTILIZADO

O método da pesquisa ou delineamento constitui-se de uma abordagem mais ampla do planejamento da pesquisa, que considera dentre outras coisas o ambiente em que os dados são coletados até as formas de controle das variáveis envolvidas (GIL, 2008). Atualmente, o estudo de caso vem se destacando no delineamento das pesquisas sociais, principalmente pela aspiração dos pesquisadores em entender os fenômenos sociais complexos (YIN, 2015).

O estudo de caso permite que os investigadores foquem em “um caso” em seu contexto no mundo real e em profundidade, como por exemplo, o comportamento de pequenos grupos, processos organizacionais e administrativos, onde os limites entre o acontecimento e o contexto não são percebidos nitidamente (YIN, 2015). Segundo o referido autor, o estudo de caso é compreendido com um único caso ou com casos múltiplos, que nada mais são do que duas variantes dos projetos de estudo de caso.

Mediante do exposto acima, esta pesquisa utilizou o método de estudo de caso, mais precisamente como apresentado por Yin (2015), o estudo utilizou-se de múltiplos casos para o alcance dos objetivos propostos. Os múltiplos casos analisados dizem respeito as agroindústrias familiares do município de Jaguari/RS.

3.3 COLETA DOS DADOS

Para o estudo foi utilizado o princípio de diversificação o qual consiste em apresentar uma visão mais completa do problema de pesquisa, afim de compreender a maior diversidade possível de casos a serem estudados (POUPART et. al., 2010). Neste sentido, a pesquisa abrange diferentes tipos de agroindústrias, tanto de origem animal, quanto de origem vegetal, bebidas e polpas, deste modo, é possível obter um panorama mais verídico do padrão empreendedor dos produtores e sua influência para a competitividade dos empreendimentos.

Como instrumentos de coleta dos dados a pesquisa utilizou de entrevista semiestruturada, a qual encontra-se no Anexo 1, e observação. Por entrevista entende-se uma conversa entre entrevistador e entrevistado na qual o pesquisador procura evidenciar suas questões de pesquisa. Através da entrevista é possível identificar percepções e sentimentos os quais não seriam possíveis em questionários, podendo aprofundar em aspectos mais relevantes para a pesquisa (GRAY, 2012).

No caso da entrevista semiestruturada, o entrevistador possui uma lista de perguntas que o norteia, contudo, no decorrer da entrevista a ordem do roteiro pode ser alterada, bem como a inclusão ou exclusão de perguntas (GRAY, 2012). Conforme o referido autor “a entrevista semiestruturada permite fazer aprofundamento das visões e das opiniões onde for desejável que os respondentes aprofundem suas respostas” (GRAY, 2012, p. 302). Mediante a permissão do entrevistado, a entrevista foi gravada, para melhor interpretação das respostas, e posteriormente transcrita.

A observação foi utilizada como uma forma de identificar sensações através do comportamento e atitudes dos entrevistados. Seu registro foi realizado após cada entrevista por meio de notas de campo, as quais consistem em anotar todas as percepções que o pesquisador identificou no decorrer da pesquisa (GRAY, 2012).

3.4 DEFINIÇÃO DAS CATEGORIAS DE ANÁLISE

A definição das categorias de análise deu-se em duas etapas, primeiramente, foi selecionado elementos que a literatura especializada estabelece como características inerentes em indivíduos empreendedores. Para este fim, como o intuito de buscar maior abrangência sobre o tema, definiu-se, por meio da escola economicista quando pela escola comportamentalista características que inferem atitudes empreendedoras dos produtores rurais, são elas: aproveitar as oportunidades; persistência; comprometimento; iniciativa, busca por informação; controle; planejamento; correr riscos calculados, inovação. Logo, através dos relatos dos entrevistados foi possível identificar elementos que subsidiam a ação empreendedora e perceber a presença ou não de características empreendedoras nos agricultores.

A segunda parte da análise refere-se à competitividade dos estabelecimentos. O modelo proposto para a análise da competitividade das agroindústrias familiares rurais parte do entendimento de que ao mesmo tempo em que estas apresentam características inerentes em indústrias e empresas, devido aos seus gerenciamentos e processos de agroindustrialização, também apresentam elementos existentes em cadeias produtivas, fundamentalmente no elo dos produtores, visto que os empreendimentos pesquisados são compostos por produtores rurais que agroindustrializaram sua produção. Em virtude disso, compreende-se que um modelo analítico específico não dá conta das particularidades das agroindústrias familiares rurais investigadas. É necessário assim, um modelo com categorias analíticas que abarque os

elementos competitivos subjacentes em empresas, bem como os aspectos de competitividade inerentes no meio rural.

Logo, a elaboração do modelo é baseada em dois modelos conceituados que analisam a competitividade por meio de categorias analíticas distintas, o modelo das Cinco Forças Competitivas de Michael Porter e o modelo de direcionadores de competitividade de Silva e Batalha (1999), os quais foram apresentados no capítulo 3. A escolha por estes dois modelos dá-se pela compreensão de que ambos apresentam em suas categorias analíticas elementos importantes para a análise da competitividade das agroindústrias familiares rurais.

Acredita-se que a complementariedade dos dois modelos e a junção de ambos fornecem subsídios fundamentais para compreender o ambiente competitivo presente na realidade estudada, assim, busca-se adequar os dois modelos para os casos da pesquisa. Ressalta-se que o modelo proposto não é uma junção do modelo de Porter e de Silva e Batalha, mas sim uma adequação de ambos. Dessa forma, nem todos os elementos analíticos presentes nos modelos originais serão analisados no modelo proposto.

Quadro 1 – Variáveis analíticas de competitividade

DIRECIONADORES	VARIÁVEIS
Gestão	Planejamento
	Controle dos custos
	Controle da produção
	Funcionários – Recursos Humanos
Tecnologias	Máquinas e equipamentos
	Assistência técnica
Insumos	Mão de obra
	Matéria-prima
	Embalagens
	Custos de produção
Fatores Ambientais	Existência de intempéries
	Ameaças
Ambiente Institucional e Organizacional	Legalização
	Legislação Tributária
	Extensão Rural/ Assistência técnica
	Inspeção
Relações de mercado	Obtenção da matéria-prima (Poder de barganha dos fornecedores)
	Comercialização (Poder de barganha dos clientes)
	Rivalidade entre concorrentes
	Ameaça de produtos substitutos

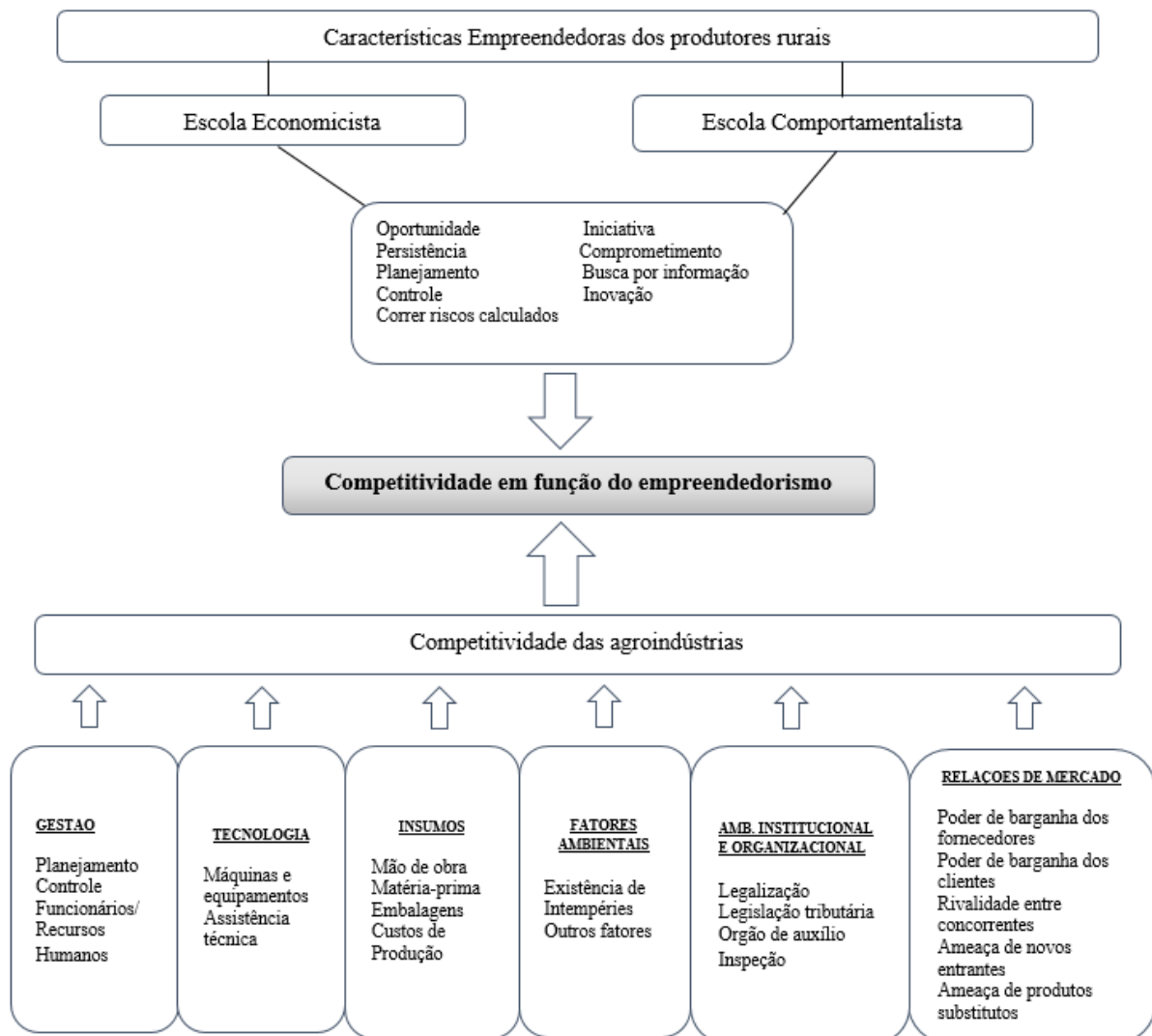
	Ameaça de novos entrantes
--	---------------------------

Fonte: Elaboração própria, 2017.

3.5 ESQUEMA DE ANÁLISE

O esquema de análise busca identificar a influência da ação empreendedora para a competitividade das agroindústrias familiares, para tanto, abrange as categorias analíticas acerca das características empreendedoras dos agricultores familiares e as variáveis que afetam a competitividade dos empreendimentos.

Figura 2 - Esquema de análise



Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

3.6 O CAMPO DA PESQUISA

Conhecido como “Cidade das Belezas Naturais”, o município de Jaguari/RS está localizado na Região Central do estado do Rio Grande do Sul (Figura 3), a aproximadamente 400 km da capital Porto Alegre. Jaguari faz parte do Corede Vale do Jaguari, o qual é composto por mais nove municípios da região, são eles: Cacequi, Capão do Cipó, Mata, Nova Esperança do Sul, Santiago, São Francisco de Assis, São Vicente do Sul e Unistalda (FEE, 2016). O município é dividido em quatro distritos (Sede, Santo Izidro, Ijucapirama e Taquarichim).

Sua colonização começou em 1888, com a chegada dos primeiros imigrantes italianos, que, em 1889, fundaram o núcleo colonial de Jaguari. A colonização do município gerou uma estrutura fundiária de pequenas e médias propriedades, a maior parte possui entre 20 a 50 ha, o que caracteriza-se como uma região de agricultura familiar (VENTURINI, 2014).

Conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Jaguari apresenta uma população de 11.473 habitantes, dos quais 4.942 moram na zona rural e 6.531 na zona urbana. A área de unidade territorial abrange uma extensão de 673,401 km². O município apresenta uma população economicamente ativa de 3.647 homens e 2.598 mulheres.

A economia de Jaguari baseia-se no setor primário, tendo como destaque a produção de fumo, soja, arroz, uva e cana-de-açúcar, além da criação de bovino de corte e de leite, bem como uma grande diversidade de produtos para a subsistência. O município apresenta um número significativo de agroindústrias informais, com baixo nível tecnológico, e baixa capacitação. Por agroindústria informal entende-se o empreendimento que processa a matéria-prima e comercializa os produtos processados sem atender a legalização vigente, tanto legislação tributária, sanitária e ambiental (VENTURINI, 2014). De acordo com a autora, a ocorrência deste cenário no município resulta de muitos produtores não conseguirem atender as exigências sanitárias necessárias para a legalização, e acabam trabalhando na informalidade.

Figura 3 - Localização de Jaguari/RS



Fonte: Google mapas, 2017.

Para o presente estudo optou-se por trabalhar com as agroindústrias familiares que possuem registros de inspeção Federal, Estadual ou Municipal e que atendem as exigências sanitárias vigentes, a fim de compreender como que estes empreendimentos conseguiram empreender seus negócios e atender a legislação requerida.

Buscou-se juntamente com a Prefeitura Municipal de Jaguari e representante da Emater/RS escritório de Jaguari a listagem das agroindústrias legalizadas do município, tanto de origem vegetal, quanto animal e bebidas e polpas. Verificou-se a existência de 05 agroindústrias familiares formais: duas queijarias, duas de derivados da uva e doces e uma de pães,ucas, bolachas e biscoitos; sendo estas, agroindústrias consolidadas que atuam no mercado local e regional há vários anos.

Optou-se por este município para a pesquisa devido a acessibilidade da pesquisadora com o local e sua proximidade com os empreendimentos estudados, elementos estes que contribuem para uma melhor interação entre pesquisador-entrevistado, possibilitando assim, a

obtenção de informações mais verídicas que auxiliam para uma melhor compreensão da temática a ser desenvolvida. Justifica-se o local de estudo também pelo fato de ser tratar de um município relativamente pequeno e que possui produtores rurais que conseguiram desenvolver e alicerçar o processo de agroindustrialização ao longo dos anos.

Ressalta-se que das cinco agroindústrias legalizadas no município, somente quatro aceitaram participar da pesquisa. A seguir serão apresentados os quatro casos investigados.

3.7 CASOS ESTUDADOS

- a) Agroindústria A: elabora vinho e suco de uva a aproximadamente 20 anos e nos últimos anos passou a produzir doces, compotas, geleias. Atualmente a agroindústria está legalizada pelo Simples Nacional.
- b) Agroindústria B: produz vinho e produtos derivados da uva, bem como elabora doces, compotas com as frutas que possui na propriedade. Possui sua propriedade na localidade do Chapadão e seu local de comercialização na BR 287.
- c) Agroindústria C: tem na dinâmica familiar a produção de leite e a fabricação de queijos há várias décadas. Em 2013 legalizou o empreendimento através do Sistema de Inspeção Municipal – SIM.
- d) Agroindústria D: produz pães,ucas, bolachas e biscoitos. Em 2013 legalizou o empreendimento através do Microempreendedor Individual – MEI.

4 DISCUSSÃO INDIVIDUAL DOS CASOS

4.1 AGROINDÚSTRIA FAMILIAR A

4.1.1 Aspectos relacionados à ação empreendedora

A propriedade da agroindústria A é composta por 17 hectares, onde residem o casal de agricultores e é administrada pelos mesmos visto que os dois filhos não residem no local. Os agricultores da agroindústria A inicialmente plantavam soja, contudo, como a localidade em que eles residem é um local tradicional do cultivo da uva, o casal resolveu parar de plantar soja e iniciar a plantação de parreirais. No começo não havia beneficiamento da produção, visto que a mesma era entregue *in natura* para a cooperativa da cidade. Com o passar do tempo os agricultores começaram a produzir vinhos informalmente em pequenas escalas e logo após legalizaram o empreendimento. A produção de vinhos ficou em funcionamento cerca de 20 anos, contudo, devido aos altos requisitos para cumprir a legislação a família optou, em 2015, por parar a produção de vinho, atualmente produzem vinho somente para o consumo.

A decisão de beneficiar a produção de uva e fabricar vinhos surgiu em virtude de os agricultores perceberem como uma forma de geração de renda, uma vez que tratava-se de uma fruta em que era produzida na propriedade e tinha a oportunidade de agregar valor. Juntamente com a produção de vinhos a família produzia doces, geleias e compotas, segmento que também era legalizado. Após a dificuldade em cumprir com a legislação e conseqüentemente parar com a fabricação de vinhos a família optou por continuar somente com a produção dos doces, geleias e compotas. Com isso, os produtores começaram a plantar nozes como uma alternativa para geração de renda e para o aproveitamento da fruta no processo de agroindustrialização. Atualmente, quem gerencia e trabalha na agroindústria é a mulher, em virtude de o homem cuidar da plantação de nozes e dos parreirais.

A partir de 2015 a agricultora passou a disponibilizar também serviços de cafés para eventos e aniversários, o qual é composto por bolos, bolachas, salgadinhos, chás, sucos, café. Ao identificar a ausência deste tipo de serviço na cidade e devido a demanda a proprietária decidiu se dedicar neste ramo. A ideia da agricultora é disponibilizar produtos diferentes dos costumeiramente encontrados em festas de aniversários e *coffee break* de eventos.

aqui ou em todo que é lugar, todas as festinhas que tu vai, aniversários, e sempre a mesma coisa, os croquetinhos, os pasteizinhos.. tah ai..tu tirando da fritura tu vai para os assado e os assado são tudo massudo, e é sempre a mesma coisa, tu vai num, vai

no outro e é a mesma coisa.. E eu to com uma linha mais natural, um bolinho de milho com coco, um bolo de mel com chocolate, eu faço uma pizza de galinha, uma pizza calabresa, tudo coisinhas assim, aqueles sanduichinhos prensados, tudo coisas mais simples, mais simples que o deles entende?! (Proprietária agroindústria A).

A oferta de cafés para evento pode ser considerada uma inovação desenvolvida pela agroindústria, uma vez que trata-se de um serviço inédito disponibilizado no município e que visa oferecer produtos diferenciados dos costumeiramente encontrados. A transformação do setor ao mesmo tempo que permite a disponibilidade de novos produtos no mercado, também contribui para o progresso econômico dos estabelecimentos envolvido, visto que os consumidores irão sentir-se atraídos por um novo produto e conseqüentemente apresentar a vontade de adquiri-los.

Para Schumpeter (1985), a ação empreendedora se caracteriza através de inovações que transformam a dinâmica de um setor ou atividade, de modo a promover uma ruptura nos fluxos econômicos existentes. Tal reflexão é constatada na agroindústria A, em virtude de a introdução dos cafés modificar a situação econômica do empreendimento e garantir a manutenção do mesmo, uma vez que a proprietária afirma que foi por meio destes novos serviços que a situação financeira da agroindústria melhorou.

Os materiais necessários para o oferecimento dos serviços de cafés foram adquiridos conforme o aumento da demanda, visto que a proprietária não adquiriu os utensílios sem a certeza de que teria clientes para o serviço disponibilizado *“acho assim óh alguém que pretende fazer uma coisa, então tu programa e tu gasta aquele monte de dinheiro e não sabe se vai ter cliente, aqui sempre foi ao contrário as coisas foram acontecendo e a gente foi comprando, foi vendo a necessidade”* (Proprietária agroindústria A). Nota-se que a agricultora não gosta de investir sem ter a certeza do retorno, o que pode caracterizar uma aversão ao risco.

De acordo com a proprietária, ao decorrer dos anos a agroindústria foi modificando sua oferta de produtos, após parar com a produção de vinhos e o início da produção de doces a proprietária sempre procurou criar novos produtos. Ao identificar a demanda dos consumidores por produtos sem glúten e produtos integrais a empresária decidiu elaborar produtos que satisfazem a necessidade destes clientes. Assim, atualmente a agroindústria disponibiliza uma linha de produtos específica para os clientes que consomem alimentos sem glúten e integrais.

Ao desenvolver produtos diferenciados, tais como produtos orgânicos, único tipo de carne ou produtos especializados para um determinado nicho de mercado, o agricultor consegue gerar valor aos seus produtos. Para isso, necessita-se da compreensão do empreendedor rural sobre o mercado em que atua e identificar os gargalos e oportunidades existentes (FAO, 2012).

A expansão da oferta de novos produtos pode caracterizar-se como o aproveitamento de oportunidades, outra característica encontrada em empreendedores, uma vez que a proprietária identificou a falta de oferta de produtos específicos para determinado público e resolveu investir neste ramo a fim de sanar esta lacuna. O aproveitamento de oportunidade refere-se ao indivíduo estar atento ao que acontece em sua volta, identifica as necessidades das pessoas ou mercados e a partir destas lacunas começar novas atividades (MARTINS, 2013).

No que se refere às inovações tecnológicas do empreendimento, destaca-se a estufa de secagem a qual consiste na secagem de frutas cristalizadas e doces como de abóbora e batata. Através deste equipamento é possível obter produtos mais uniformes e de melhor qualidade o que facilita o processo de produção. O estabelecimento é o único da região que possui este equipamento, fato que influencia para o aumento da demanda.

A dona da agroindústria A afirma não expandir a realização dos cafés para outros locais devido à preocupação em fornecer produtos frescos e em boas condições. Para ela, a expansão para lugares mais distantes impossibilita o oferecimento de cafés, chás e sucos na temperatura ideal, logo, a agricultora prefere oferecer o serviço somente na região e com a qualidade desejada pelos clientes. Para FAO (2012), a preocupação pela disponibilidade de produtos frescos regulares diretamente aos consumidores mostra-se como outro meio de valorização para os empreendedores rurais.

A preocupação pela qualidade dos produtos fez com que a agricultora realizasse cursos que abordam noções básicas de higiene e qualidade dos produtos. Tal situação denota a busca da gestora por informações que auxiliam nos processos agroindustriais e que ajudam a fornecer produtos com a qualidade adequada. Outro curso realizado pela agricultora refere à fabricação de flores decorativas para bolos, mesmo não sendo o foco do empreendimento, a empreendedora acha necessário se atualizar acerca das novidades do mercado.

“Agora faz duas semanas eu fiz esse curso de bolo, tá aqui seco, mas pelo menos eu fui aprender, tinha um curso de bolos florais aqui no Clube 7 foi uma amiga minha que trouxe. Ai eu vou, até aquele dia eu tinha um monte de coisas mas diz um esforço e fui porque nunca saber ocupa lugar né.e vamos lá” (Proprietária agroindústria A, grifo nosso).

Além dos cursos, sempre que necessário a proprietária procura auxílio de pessoas de relações que possam fornecer alguma informação nova a respeito da agroindustrialização. Outro meio utilizado para a busca de informação é a internet onde a gestora pesquisa novas receitas a fim de disponibilizar produtos atraentes para os consumidores.

A certeza de oferecer produtos de qualidade faz com que a proprietária tenha confiança no serviço que está exercendo, o que a estimula a continuar o processo agroindustrial. Nos seus relatos ela afirma que a falta de clientes não é uma preocupação em virtude do oferecimento de produtos frescos e saborosos.

Outro fator que interfere para a busca por produtos de qualidade e por fazer com que a proprietária não pense em desistir do empreendimento, é o prazer dela em exercer os serviços agroindustriais. Ao mesmo tempo que a agroindústria apresenta-se como uma alternativa para a geração de renda da família, também é um trabalho que a agricultora gosta de realizar. “*Eu gosto daquilo que eu faço, a gente trabalha com amor, eu sempre digo os nossos produtos são feitos com amor, e daí tudo muda...Eu to trabalhando em uma coisa que me dá prazer, não vou trabalhar em uma coisa que não me dá prazer*” (proprietária agroindústria A).

4.1.2 Aspectos relacionados à competitividade do empreendimento

a) Gestão

Planejamento da produção: Constata-se que na agroindústria A não há um planejamento financeiro nem de produção para o empreendimento. A proprietária afirma não planejar sua produção devido depender da demanda dos clientes, a qual se altera periodicamente. Em certas semanas há mais encomendas que em outras semanas, o que inviabiliza planejar a quantidade a ser produzida, assim a agricultora produz os produtos conforme a necessidade.

Controle: Verifica-se que a gestora tem uma noção da geração de receitas e despesas, contudo não realiza um controle financeiro sistemático do estabelecimento, tampouco o controle da produção. Para a produção de pães, bolachas, biscoitos, geleias entre outros produtos, a proprietária realiza o cálculo das despesas mediante uma receita, de modo que ao surgir um produto novo calcula qual o custo para produzi-lo e a partir deste custo estipula uma margem de lucro e o preço de venda, porém, esse cálculo é realizado somente na primeira receita produzida. A proprietária da agroindústria em questão considera no cálculo da margem de lucro elementos que comumente são esquecidos no momento da contabilidade como a despesa com funcionários, água, luz, depreciação.

Funcionários: A relação com as funcionárias é um dos destaques da agroindústria, a confiança e admiração transmitida pelas duas funcionárias foi expressa diversas vezes nos relatos da proprietária, que afirmou que o futuro da agroindústria depende das funcionárias,

enquanto estas estiverem trabalhando na agroindústria a proprietária não pensa em parar a produção. A relação afetuosa entre a proprietária e as funcionárias reflete em uma maior motivação para realizar as atividades necessárias para a agroindustrialização, nota-se que o envolvimento além de patrão e empregado, mas sim um envolvimento de equipe resulta pela busca de produtos que satisfaçam da melhor maneira possível os consumidores.

A relação de proximidade com os funcionários apresenta-se como elemento positivo para a competitividade dos estabelecimentos, uma vez que as pessoas se sentem mais motivadas para desempenhar as funções estabelecidas e buscar por produtos e serviços de melhor qualidade. Para Calicchio e Marcondes (2016), possuir uma equipe responsável que preze pelo atendimento personalizado, que inspire confiança aos clientes e que agregue valor aos produtos, buscando a melhoria contínua, constitui em um elemento favorável frente à concorrência.

b) Tecnologia

Nos sistemas agroindustriais as tecnologias atribuem-se, principalmente, nas tecnologias de produtos e processos produtivos (LIMA, PARTELI e LOOSE, 2015). As tecnologias presentes nas agroindústrias que visam a redução de custos, diminuição de mão de obra e aprimoramento da logística interna e externa, apresentam-se como um instrumento de competição para estes empreendimentos (KAKIMOTO, 2011). Este direcionador traz o debate das principais tecnologias utilizada pela agroindústria familiar, bem como a opinião da entrevistada sobre a necessidade de novas aquisições tecnológicas e a assistência técnica recebida pela produtora rural

Máquinas e equipamentos: A agroindústria A possui como diferencial tecnológico uma estufa para a secagem de frutas cristalizadas e doces de abóbora e batata (Figura 4), somente este estabelecimento na região possui o equipamento. O diferencial proporcionado pelo equipamento torna a tecnologia um fator de competição favorável para o empreendimento, uma vez que o número de clientes aumentou após a agroindústria disponibilizar frutas cristalizadas.

Figura 4 - Estufa para secagem, Agroindústria A.



Fonte: Arquivo pessoal, 2017.

Assistência técnica: No que se refere à assistência técnica das máquinas, a agricultora afirma receber, quando necessário, a assistência das lojas onde adquiriram os equipamentos. Como dificilmente os equipamentos estragam, a agricultora alude não precisar deste tipo de serviço frequentemente.

c) Insumos

Mão-de-obra: Além das duas funcionárias, a proprietária contrata diaristas nos períodos que demandam mais serviços, como na época de Páscoa e Natal devido trabalhar com frutas cristalizadas e chocolates.

Matéria-prima: A agricultora utiliza para os doces e compotas as frutas que cultiva no quintal do estabelecimento, assim, elabora os produtos de acordo com a quantidade de matéria-

prima existente. Somente a farinha e fermento para a produção de bolos bem como os chocolates são comprados externamente.

Embalagens: A agricultora adquire as embalagens necessárias por meio de fornecedores do município de Santa Maria/RS, onde é realizado os pedidos e as empresas entregam as encomendas na agroindústria semanalmente.

Custo de produção: No que concerne aos maiores custos de produção destaca-se o custo com mão de obra, por se tratar de uma agroindústria rural a produtora rural paga um salário mínimo rural acrescido dos encargos legais exigidos, valor este que gira em torno de R\$1.200,00.

d) Fatores ambientais e climáticos

Existência de intempéries climáticas: Assim como em qualquer atividade desenvolvida na agricultura, a agroindustrialização também é afetada por problemas climáticos. No caso da agroindústria A em que cultiva a uva, o excesso de chuva e granizo foram os principais problemas enfrentado por este empreendimento nos últimos anos que acabaram prejudicando a quantidade produzida e a qualidade dos frutos.

Ameaças: como fatores externos de ameaça da agroindústria tem-se que nas proximidades deste estabelecimento há lavouras de soja onde os proprietários aplicam o herbicida 24D via aérea, o efeito deste defensivo abarca grandes extensões de terras nas propriedades vizinhas, como na agroindústria, prejudicando os parreirais e as plantações de frutas na região. Conforme relatos, este problema se agrava gradativamente a cada ano, de modo a impactar negativamente a quantidade produzida e a qualidade das frutas colhidas.

e) Ambiente Institucional e organizacional

Legalização: A formalização da agroindústria ocorreu mediante a exigência do órgão fiscalizador que visitou a propriedade, e estabeleceu um determinado prazo para os proprietários legalizarem a agroindústria. Neste período o empreendimento foi legalizado para operar como uma agroindústria de vinhos devido ao foco da propriedade que era a produção de vinhos e sucos de uva. Em 2015, os proprietários decidiram parar com a produção de vinhos

para comercialização e mudaram o segmento da agroindústria. Atualmente, a agroindústria trabalha com a fabricação de doces, a qual está legalizada pelo Simples Nacional³.

Legislação tributária: Um dos principais motivos da desistência da agricultora na fabricação de vinhos decorre dos altos tributos pagos para manter legalizada a produção. Assim, ao mudar para a elaboração de doces, geleias e compotas os custos com estes encargos reduziu significativamente, nos dias atuais a gestora paga uma taxa mensal do Simples Nacional em torno de R\$40,00.

Extensão rural e assistência técnica: A proprietária da agroindústria alude que quando há a necessidade de auxílio técnico recorrem aos profissionais da cooperativa da cidade ou contata com pessoas de relações que residem na serra gaúcha e que possuem conhecimentos acerca da produção de uva. A gestora ressalta o incipiente auxílio prestado pela prefeitura municipal e Emater no que se refere à assistência técnica e orientação gerais, o que ocasiona a necessidade de buscar outras alternativas de assistência.

Fiscalização: A proprietária alude que um dos motivos pelos quais a família abandonou a fabricação de vinhos e sucos de uva foi o excesso de normas a serem cumpridas.

Eles não avisam, não tem frequência, se hoje eles resolvem vir daqui uns 2, 3 meses vem de novo. Quem fazia era a Secretaria da Agricultura, eles vinham de Santa Maria. Porque assim, toda essa questão de parreira, uva é uma burocracia muito grande, tu tem que informar quantos pés de parreira tu tem, se morrer um pé de parreira tu tem que informar, quantos litros de vinho a gente faz, tu faz uma pipa de vinho e tem aquela borra no final e tu joga fora, tem que informar que tu jogou fora porque se não vai faltar aquele vinho entende?! Tudo tem que informar... no dia 30 de cada mês tem que informar tudo, todos os meses essas informações. Aí te vem um fiscal no dia 7, 8 e pega o relatório que tu mandou e vem aqui, tu tem que ter tantos mil litros de vinho e eles contam, eles vão de pipa em pipa e eles somam. Uma vez duas mulheres que eram fiscais foram de garrafão em garrafão somando as quantias e foram nas garrafas somando as quantias, tudo porque é bebida alcoólica, as outras coisas é tudo mais light (Proprietária agroindústria A).

Atualmente, para a fabricação de doces, compotas e geleias o empreendimento não recebe vistoria mensal, somente duas vezes ao ano a Vigilância Sanitária fiscaliza a agroindústria. A verificação da segurança da estrutura física do estabelecimento foi realizada pelo Corpo de Bombeiros no início do processo de agroindustrialização.

³ O Simples Nacional é um regime fechado de arrecadação, cobrança e fiscalização de tributos aplicável às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, previsto na Lei Complementar de nº123, de 14 de dezembro de 2006.

f) Relações de mercado

Poder de barganha dos fornecedores: No que se refere aos fornecedores a proprietária negocia com uma empresa de Santa Maria/RS que entrega semanalmente na propriedade da agroindústria as embalagens necessárias. A parte de sacos plásticos e papéis é adquirida através de um viajante a cada 45 dias, e por fim, as cestas, também são adquiridas por meio de outro fornecedor que entrega os produtos a cada 45 dias.

Poder de barganha dos clientes: A agroindústria A comercializa seus produtos na própria residência, localizada na beira da BR-287 (Figura 5). A facilidade de acesso ao estabelecimento facilita a venda dos produtos e atrai novos clientes, os quais passam pelo asfalto e chegam para conhecer o empreendimento. A difusão da internet é outro ponto que auxilia para a divulgação dos produtos, visto que a empresa possui uma página no Facebook onde divulga os produtos e também comercializa pelo Whatsapp. Percebe-se que atrair novos clientes não é um dificultador desta agroindústria, visto que a produtora afirma ter expandido consideravelmente o número de clientes nos últimos tempos. Uma justificativa para tal expansão dá-se pela introdução dos cafés no rol de produtos e serviços ofertados pelo estabelecimento.

Figura 5 - Estabelecimento comercial da Agroindústria A



Fonte: Arquivo pessoal, 2017.

4.2 AGROINDÚSTRIA FAMILIAR B

4.2.1 Aspectos relacionados à ação empreendedora

O processo de agroindustrialização deste empreendimento começou com a saída da filha da propriedade rural para fazer um curso de Enologia em 2002. A dinâmica econômica da família sempre foi alicerçada para a produção de uva, contudo, não se beneficiava a produção para comercializar, visto que quase toda a produção era entregue para a cooperativa da cidade. A família possuía uma cantina para a elaborar vinhos e sucos de uva, porém era destinada para a fabricação de autoconsumo.

No ano de 2005 a filha dos agricultores retornou à propriedade e a família decidiu adequar a cantina para beneficiar a produção primária com o intuito de comercializá-la. Logo, no mesmo ano o empreendimento foi legalizado. Todo o processo de legalização e adequação da cantina foi administrado pela filha, a qual é a responsável pela agroindústria atualmente. Como a propriedade está localizada no interior do município, a família decidiu no ano de 2007 comprar uma área de terra estabelecida na beira da BR-287 e construir um ponto de vendas, a fim de facilitar o acesso dos clientes e para aumentar o número das vendas. Após a consolidação do estabelecimento, além dos vinhos e sucos de uva, a agricultora passou a produzir doces e compotas com as frutas existentes na propriedade e revender bolachas e biscoitos de outra agroindústria. Atualmente, quem trabalha no processo de agroindustrialização é a filha, que administra o empreendimento e fabrica os doces, compotas e geleias, e o pai que trabalha na parte dos parreirais e fabricação de vinhos.

A identificação da oportunidade de investir em um novo estabelecimento ao mesmo tempo que facilita a comercialização também possibilita diversificar a oferta de produtos agroindustriais *“se a gente fosse ficar esperando que as pessoas fossem entrar e fazer 4 ou 5 km de estrada de chão... não fazem... a não ser que tivesse um outro atrativo ou mais coisas lá. Aqui é fácil, é acessível”* (Proprietária agroindústria B). A decisão de investir no estabelecimento comercial demonstra características costumeiramente identificadas em indivíduos empreendedores, como a proatividade, iniciativa, aproveitar as oportunidades. Justifica-se a característica empreendedora de iniciativa em virtude de tratar-se de uma situação em que a agricultora alterou a dinâmica econômica da família e constituiu uma nova forma de comercialização até então não planejada.

Para tal fim, a agricultora aliou a tradição da família, a qual é alicerçada na produção de uvas, aos conhecimentos adquiridos nos cursos realizados, ou seja, a gestora identificou a

oportunidade de investir em um negócio que permite a busca por novas formas de geração de renda por meio da associação dos saberes tradicionais e conhecimentos técnicos. Através do empreendimento a agricultora consegue beneficiar os produtos agrícolas existentes na propriedade, como as frutas, e comercializar, de modo a agregar valor à produção agroindustrial.

A proprietária não possuía recursos financeiros próprios para a constituição do estabelecimento, fato que a levou a realizar financiamento junto à um banco comercial. De acordo com a gestora o alto investimento destinado para abrir o negócio fez com que ela corresse risco ao investir em expressivos financiamentos sem ter a certeza do retorno “*Corri muito risco, o financiamento disso aqui a 10 anos atrás foi de 100 mil reais... 100 mil naquela época sem saber se você iria conseguir tirar é absurdo, fui um chute para a lua, eu fiz um monte de besteira, fiz um monte de conta para pagar sem ter como pagar*” (Proprietária agroindústria B). Para McClelland (1972), um empreendedor é mais susceptível de se envolver em situações novas, incertas ou estimulantes, em que existem diversas enigmas que precisam determinar novas soluções, ao invés de aplicar conhecimentos preexistentes.

Outro elemento que demonstra o risco corrido pela agricultora refere-se à constituição de um empreendimento que comercializa produtos coloniais como vinhos, sucos, cucas e bolachas, produtos estes já comercializados por outros empreendimentos na região, fator que poderia reduzir o número das vendas.

A diversificação da produção, ou seja, a introdução de novos produtos além da produção de vinhos, foi o ponto crucial para que a agricultora conseguisse quitar os financiamentos realizados e, dessa forma, garantir o sucesso da agroindústria. Para ela, um estabelecimento que comercializa somente vinhos não daria lucro em uma região em que é reconhecida pela produção de vinhos e que possui várias propriedades que produzem e o comercializam. Logo, a diversificação da produção e o reconhecimento de que o estabelecimento comercializa produtos coloniais e não somente vinhos é o que garante a manutenção da agroindústria.

Para auxiliar no processo agroindustrial e para a elaboração dos produtos, a agricultora procura informações junto à colegas da faculdade e à professores. Para ela, é fundamental a busca por novos conhecimentos e aprimoramento, fato que a estimulou a realizar um curso de tecnologia em alimento, o qual está em andamento. Com os conhecimentos adquiridos no curso a gestora visa produzir os alimentos da forma mais artesanal possível, que é o foco do empreendimento, mas com as técnicas necessárias para viabilizar a produção.

Destaca-se que a agricultora não elabora os produtos em grandes quantidades para estocagem, a produção é realizada conforme surge a necessidade devido ao número de venda.

Esta estratégia visa oferecer produtos mais frescos e saborosos, o que auxilia para fidelização dos clientes. Nesta mesma perspectiva, a dona da agroindústria B relata que não planeja aumentar a produção comercializada em virtude de conseguir manter a qualidade dos produtos, para a agricultora, o aumento da produção pode interferir no padrão dos produtos oferecidos. Logo, constata-se que futuramente a escala produtiva do empreendimento manter-se-á constante.

Verifica-se que a preocupação por produtos de qualidade e que satisfaçam os clientes, demonstra o comprometimento da agricultora com os seus consumidores, o que caracteriza, segundo a literatura especializada, um comportamento empreendedor.

Ao indagar o que significa empreendedorismo a agricultora alude considerar empreendedor aquele indivíduo “maluco com um sonho que pode ou não dar certo”. Ao mencionar as etapas que foram necessárias para constituir a agroindústria a gestora afirma considerar-se empreendedora, e declara que é através destas ações que consegue manter o empreendimento em funcionamento.

Eu acho que dada as suas proporções e as suas limitações eu acho que sim, porque se eu tivesse ficado só com a vinícola lá fora, já teria fechado a muito tempo e já teria entregado um monte de terra para o banco porque não teria como pagar. Então, se não fosse fazer isso daqui, buscar uma forma diferente de vender já tinha fechado a muito tempo. Isso sem dinheiro néh... porque empreendedor com dinheiro é muito fácil. Hoje para mim empreendedor é aquela pessoa que produz alguma coisa, vende e entra no mercado as vezes sem dinheiro, porque ser filhinho de papai e fazer com dinheiro para bancar... nunca tive, fiz graças o financiamento no banco, graças a deus estou nos últimos para pagar, já cheguei a pagar 5 financiamentos num ano, fui dando os meus jeitos... talvez não seja os mais corretos, com certeza não são os mais corretos mas era o que eu podia fazer na época (Proprietária agroindústria B).

Através do exposto, nota-se que a agricultora possui um comportamento empreendedor em virtude de com apenas 21 anos de idade assumir o gerenciamento da propriedade da família e iniciar os processos exigidos para constituir a agroindústria e o empreendimento comercial.

4.2.2 Aspectos relacionados à competitividade do empreendimento

a) Gestão

Planejamento: Verifica-se que a gestora da agroindústria B não realiza o planejamento da produção em virtude de os produtos serem elaborados com as frutas existentes na propriedade, fato que dificulta planejar a quantidade a ser produzida. Outro fator que prejudica o planejamento é que a produção depende da demanda, conforme aumenta a venda tem-se a

necessidade de elaborar mais produtos. Constatase também que a proprietária não planeja as ações futuras relacionadas ao funcionamento da agroindústria, as únicas tarefas que são planejadas referem-se aos tratamentos realizados nos parreirais.

Controle: Da mesma maneira que o planejamento, o controle financeiro e de produção também não é realizado detalhadamente. No que se refere ao controle financeiro a proprietária anota em uma caderneta os produtos que foram vendidos durante o dia, contudo, quando a proprietária necessita de dinheiro ela retira do caixa da agroindústria, essa situação inviabiliza saber com exatidão qual as despesas e as receitas do estabelecimento no final do mês. Ressalta-se que a gestora já buscou realizar um controle mais minucioso do estabelecimento, todavia, a falta de tempo para este procedimento fez com que ela desistisse.

Funcionários: A agroindústria B possui uma funcionária que é responsável pela comercialização dos produtos enquanto a proprietária cuida dos parreirais e elabora os produtos necessários a serem comercializados. A funcionária possui carteira assinada e recebe um salário rural, valor que representa R\$1.200,00 mensal.

b) Tecnologia

Máquinas e equipamentos: A agroindústria possui os equipamentos necessários para a elaboração dos produtos, contudo não investe em tecnologia. O foco do empreendimento consiste na manutenção dos equipamentos já existentes, ou seja, manter a produção o mais artesanal possível dentro do que é permitido por lei. No decorrer dos anos a proprietária trocou as pipas de madeiras por pipas de inox e polipropileno, investiu em uma bomba para a produção de vinhos, todavia a agricultora alude que maiores investimentos em tecnologia é inviável devido a quantidade que o estabelecimento produz. A produção dos doces também é realizada de forma artesanal sem a presença de equipamentos tecnológicos, para esta finalidade a proprietária utiliza apenas um fogão a lenha.

c) Insumos

Mão de obra: além da funcionária fixa a proprietária alude a necessidade de contratação de mão de obra extra em períodos do ano que demandam mais serviços, como na época da poda dos parreirais e no período de colheita da uva. O custo com o pagamento de mão de obra gira em torno de R\$80,00 a R\$90,00 a diária. A agricultora ressalta a dificuldade em conseguir

pessoas qualificadas para exercer os serviços demandados, de modo que muitas vezes tem que contratar pessoas já aposentadas devido à falta de pessoas jovens interessadas em trabalhar.

Em decorrência da falta de pessoas qualificadas e ao alto valor pago pela mão de obra externa a proprietária busca otimizar ao máximo suas atividades com mão de obra familiar para evitar a contratação de diaristas. Para Melz (2010), o pagamento de altos salários além de aumentar o custo de produção e conseqüentemente, aumentar o preço dos produtos vendidos, também destaca-se como um fator que reduz a competitividade dos empreendimentos.

Matéria-prima: A proprietária utiliza para a elaboração dos doces e compotas as frutas existentes na propriedade, dessa forma, para garantir a produção nos períodos de entressafra a agricultora estoca as frutas no freezer. Atualmente, a agricultora adquiriu novas mudas de frutas em virtude de os temporais terem danificados os pomares existentes.

Embalagens: Ao invés de comprar as embalagens novas, a proprietária compra as garrafas e vidros dos próprios clientes da região para reutilizar, ela defende que esta estratégia reduz os custos, uma vez que as embalagens novas custam em torno de R\$3,00 e com este método consegue-se adquirir as mesmas embalagens no valor de R\$0,50 cada.

Custo de produção: O maior custo de produção do estabelecimento atualmente é o pagamento da funcionária seguido da manutenção dos parreirais.

d) Fatores climáticos e ambientais

Existência de intempéries: Dentre os principais problemas climáticos enfrentados pelo estabelecimento destaca-se a ocorrência de excesso de chuva e granizo, bem como a falta de frio no período necessário para o desenvolvimento dos grãos de uva. Nos últimos anos os temporais também prejudicaram o pomar da propriedade o que ocasionou na redução da quantidade produzida de frutas.

Ameaças: O problema da aplicação do herbicida 24D nas imediações vizinhas também afeta a produção de uva nesta agroindústria, diminuindo a quantidade produzida e prejudicando a qualidade da produção. De acordo com o relato, a preocupação sobre a situação futura levou os produtores da região a procurar auxílio junto à Prefeitura Municipal com o intuito de proibir a utilização deste herbicida nos períodos de desenvolvimento dos parreirais, principal cultura afeta, entretanto, até o presente momento não obtiveram um retorno concreto deste órgão público.

e) Ambiente Institucional e organizacional

Legalização: A agroindústria B, também tem a produção de vinhos legalizada, contudo a agricultora ressalta a dificuldade em manter o empreendimento formalizado. Conforme a narrativa da entrevistada no ramo da produção de vinhos todos os estabelecimentos devem pagar o mesmo valor de tributos, sejam grandes ou pequenas indústrias, desta forma, empreendimentos menores, como os pesquisados, não conseguem cumprir com as exigências legais em virtude do alto custo inerente.

Legislação tributária: Como a tributação para bebidas alcoólicas é alta, chegando ao valor de 25,00% do preço de venda de ICM, e de R\$250,00 mensal de INSS entre outros tributos, para a agricultora torna inviável economicamente uma empresa vitivinícola de pequeno porte no meio rural. Há expectativa de melhora para este cenário através da inclusão dos pequenos produtores de bebida alcoólica no Simples Nacional, o que reduziria significativamente os custos com a legislação tributária. Contudo, até o momento da pesquisa a entrevistada não tinha informações específicas do andamento deste processo de inclusão.

Extensão rural e assistência técnica: A desconformidade entre as informações transmitidas de um órgão para outro é um dos descontentamentos da dona da agroindústria B, na sua opinião, a falta de comunicação entre os agentes das esferas municipais, estaduais e federais acaba por prejudicar o processo de agroindustrialização no meio rural. A respondente afirma não receber o suporte necessário pelos órgãos públicos do município, como a Emater, para a legalização do empreendimento. Para ela, a maior dificuldade é que o Estado cobra a mesma legislação para todas as agroindústrias de vinhos, seja de porte pequeno ou grande, o que inviabiliza a pequena produção.

Fiscalização: No empreendimento a vistoria ocorre dispersamente, ficando até 5 anos sem fiscalização. Para a agricultora, o grande problema deste processo é que ao ficar um longo período sem inspeção não se tem o auxílio necessário para cumprir as exigências legais. Conforme seu relato, a fiscalização ocorre de maneira heterogênea, uma vez que em cada estabelecimento as exigências são cobradas de maneiras distintas.

Teve um ano que teve uma fiscalização aqui, aí vieram e mandaram o Fulano colocar torneira automática para lavagem de mãos, para mim não exigiram, poderia ser uma torneirinha preta de dois pila, só que se vir outro fiscal vai dizer que tem que ter a mesma torneira do Fulano, entendeu?! Então esse que é o problema... conforme o fiscal, conforme a fiscalização que vem cada um pede uma coisa e aí um diz que pode o outro diz que não pode, é uma confusão que nem eles se entendem (Proprietária agroindústria B).

f) Relações de mercado

Poder de barganha dos fornecedores: Os fornecedores do estabelecimento referem-se aos produtores que fornecem as bolachas, rapaduras, queijos e salames que a agroindústria revende, bem como os próprios clientes que entregam as embalagens para serem reutilizadas. Ressalta-se que os produtos alimentícios que o estabelecimento revende são provenientes sempre dos mesmos produtores, visto que a entrevistada afirma que esta é uma forma de garantir a qualidade dos produtos.

Poder de barganha dos clientes: A produção é elaborada na propriedade da agricultora e comercializada em um estabelecimento comercial situado às margens da BR-287 (Figura 6). Em relação ao número de clientes, a dona relata ser suficiente para dar continuidade ao empreendimento. O pico de vendas dá-se aos finais de semana e feriados, dias que tem mais movimento na BR-287 e no inverno, período que mais comercializa vinhos, um dos principais produtos da agroindústria.

Figura 6 - Estabelecimento comercial da Agroindústria B



Fonte: Arquivo Pessoal, 2017.

Por razão do estabelecimento situar-se às margens da BR-287, ocorre o desconhecimento de parte dos clientes, visto que muitos são viajantes que compram somente uma vez. Entretanto, há clientes fidelizados que adquirem os produtos da agroindústria semanalmente.

4.3 AGROINDÚSTRIA FAMILIAR C

4.3.1 Aspectos relacionados à ação empreendedora

A proprietária da agroindústria C fabrica queijos desde quando morava com seus pais. Após casar continuou a elaboração, juntamente com as atividades agropecuárias da família que consistem na plantação de soja e tabaco. Do mesmo modo que os casos mencionados acima, inicialmente a produção era destinada para a subsistência e algumas vezes vendia-se para a vizinhança. Com o passar dos anos a produção foi aumentando e a família começou a fornecer queijos para os supermercados da cidade.

A dinâmica econômica familiar é constituída pela plantação de soja, criação de gado e a fabricação de queijos. O trabalho agroindustrial fica a cargo da agricultora, a qual realiza todos os processos para a elaboração do queijo, o marido ajuda somente a ordenhar as vacas. Um dos filhos do casal reside na propriedade, contudo não participa das atividades da agroindústria.

Devido as fiscalizações nos produtos de origem animal ocorridas no município os supermercados começaram a adquirir produtos com nota fiscal, diante de tal cenário os agricultores identificaram na legalização do empreendimento uma oportunidade de garantir a comercialização de seus produtos. Assim, no ano de 2012, a agroindústria iniciou o processo de formalização Sistema de Inspeção Municipal – SIM.

Para conseguir cumprir todas as exigências necessárias e legalizar o empreendimento foi preciso construir novas dependências para o processo de agroindustrialização na propriedade. Atualmente, a família conta com um espaço reservado somente para a fabricação de queijos e que atende as normas estabelecidas pelos órgãos fiscalizadores. Ao construir tal espaço os proprietários investiram em novas máquinas e equipamentos, de modo a inovar seu aparato tecnológico.

Denota-se que a constituição da agroindústria representa uma iniciativa empreendedora dos agricultores, uma vez que estes introduziram uma dinâmica empresarial no meio rural por meio da agroindustrialização, de modo a aproveitar as técnicas e conhecimentos que possuem e investiram num novo empreendimento econômico.

Com o passar do tempo os agricultores identificaram que muitos clientes não compravam seus produtos devido ao tamanho dos queijos. Ao verificar tal situação os proprietários passaram a disponibilizar além dos queijos inteiros, queijos pela metade, dessa forma, o produtor corta-os ao meio e embala separadamente. Após a identificação de tal gargalo

e a iniciativa de oferecer uma nova alternativa para a aquisição dos queijos, os agricultores afirmam que o número de vendas aumentou significativamente.

O fato de disponibilizar um novo formato representa o aproveitamento de uma oportunidade, pois os agricultores conseguiram detectar uma lacuna na comercialização de seus produtos e a partir disso aproveitaram para oferecer uma nova alternativa de comercialização. Ao aproveitar tal oportunidade os produtores conseguem manter o nível de produção e garantir a comercialização de seus produtos, a qual poderia estar comprometida em virtude do tamanho e preço pago por um queijo inteiro.

Tal situação denota também uma inovação desenvolvida pelos gestores, visto que até o momento não se constatou outro empreendimento que disponibiliza queijos embalados pela metade. O oferecimento deste novo formato além de representar a preocupação dos empreendedores com as necessidades de seus clientes, também auxilia para a prospecção de novos clientes que ao visualizarem os queijos pela metade acabam adquirindo por tratar-se de uma novidade. De acordo com McClelland (1972) o papel de um indivíduo empreendedor envolve fazer as coisas de forma original e melhor que antes, de tal modo que o empreendedor distingue-se pela sua capacidade de realizar as coisas de maneira não tradicional e com capacidade inovadora.

Conforme mencionado pelo agricultor da agroindústria C, a embalagem dos queijos apresenta-se como um aspecto positivo para a higiene do produto, em virtude de se tratar de um alimento perecível e ao ficar exposto para os consumidores nas prateleiras do supermercado o empacotamento torna-se uma proteção dos queijos contra o contato direto com o meio externo. Dessa forma, ao ser indagado sobre qual o ponto forte da agroindústria o produtor alude que o seu diferencial é a qualidade dos produtos oferecidos.

No que se refere aos riscos corridos pelos empreendedores, destaca-se, o alto investimento para a constituição do novo espaço para a fabricação dos queijos e para a aquisição de máquinas e equipamentos, bem como a alteração da maneira de oferecer os queijos, visto que antes da agroindústria estes eram disponibilizados sem embalagens e redondos. Após a legalização do empreendimento, os produtores começaram a vender os queijos embalados e com rótulos de informações, e quadrados em virtude das especificadas da embaladeira, tal formato, inicialmente, causou estranheza para os clientes, que pensavam tratar-se de queijos de outras indústrias e de outras cidades e, dessa forma, acabavam não adquirindo os produtos. Esta situação representou um risco para os agricultores, uma vez que investiram em uma nova estrutura produtiva e precisavam garantir a comercialização dos produtos a fim de sanar as dívidas geradas, todavia, as vendas foram prejudicadas pelas alterações desenvolvidas. Após

alguns meses de adaptação por parte dos consumidores, a comercialização da agroindústria se normalizou.

4.3.2 Aspectos relacionados à competitividade do empreendimento

a) Gestão

Planejamento: O agricultor da agroindústria C, alega não realizar um planejamento rigoroso do empreendimento, porém possui conhecimento das quantidades que devem ser disponibilizadas nos pontos de venda a cada semana. Este produtor visa manter a quantidade produzida, prezando por não diminuir a mesma, contudo, por se tratar de uma agroindústria de queijos, as intempéries climáticas acabam por afetar a quantidade produzida, dependendo da época do ano afetando positivamente e em outras épocas negativamente.

Controle: O controle financeiro e de produção não é realizado por meio de anotações, inicialmente, ao constituir a agroindústria, o produtor calculou quais as principais despesas e a receita final, após esta base continuou a fabricação de queijos sem a mensuração exata dos lucros. Periodicamente há um reajuste de preço de venda devido ao aumento do custo destes fatores de produção, como rações bovinas e fertilizantes utilizados para o melhoramento das pastagens. Acerca do controle da quantidade produzida, tem-se que o proprietário possui uma noção de quantos quilos de queijos deve ser entregue semanalmente em casa estabelecimento, contudo, não há planilhas e cadernetas de anotações para tal fim.

b) Tecnologia

Máquinas e equipamentos: a agroindústria realizou novos investimentos em tecnologias devido as exigências legais para formalizar o empreendimento, após a legalização passou a elaborar os produtos em novos espaços os quais foram reformados e adaptados conforme as normas. Dentre os principais equipamentos da agroindústria C destacam-se uma embaladora (Figura 7), uma prensa, um pasteurizador e um resfriador.

Figura 7 - Embaladora de queijos – Agroindústria C



Fonte: Arquivo pessoal, 2017.

c) Insumos

Mão de obra: A mão de obra utilizada no processo de agroindustrialização é totalmente familiar realizada pelo casal de agricultores, onde o homem é responsável pela ordenha das vacas e a mulher pela elaboração dos queijos. Os entrevistados afirmaram que até o momento não houve necessidade de contratação de mão de obra externa.

Matéria-prima: A principal matéria-prima utilizada pela agroindústria para a fabricação dos queijos é o leite, o qual é obtida na propriedade. Os agricultores aludem a necessidade de melhoramento e expansão das pastagens a fim de aumentar a produção de leite, contudo, devido a propriedade possuir 42 hectares sendo que destes 21 hectares é constituído de mato nativo, a ampliação de pastagens é inviabilizada.

Embalagens: Inicialmente, os proprietários começaram a comprar os plásticos necessários para embalar os queijos pela internet, todavia, houve problemas nas embalagens devido a especificidade da embaladora, em virtude deste empecilho os agricultores começaram

a comprar somente um tipo de plástico o qual é enviado de São Paulo/SP para a cidade de Santa Maria/RS onde tem que buscar.

Custo de produção: Como a mão de obra do empreendimento é totalmente familiar, atualmente o maior custo da agroindústria abrange as despesas com as pastagens e rações bovinas. Ressalta-se no momento da legalização do empreendimento o custo depreendido para a constituição do um novo espaço destinado para o processo de agroindustrialização, visto que a agroindústria não possuía uma infraestrutura adequada.

d) Fatores ambientais e climáticos

Existência de intempéries climáticas: A agroindústria necessita de um clima apropriado para a conservação do campo nativo e pastagens, uma vez que somente as rações não garantem a produção de leite necessária para a fabricação dos queijos. Nos últimos anos, a propriedade foi afetada pelas secas o impactou negativamente a produtividade de leite e, conseqüentemente, diminuiu a produção de queijos.

e) Ambiente Institucional e organizacional

Legalização: Os agricultores iniciaram o processo de legalização para conseguir se manter no mercado em que atuam. As fiscalizações que ocorreram no município com apreensão de produtos de origem animal, fez com os mercados da cidade, principal ponto de venda da agroindústria, passassem a adquirir somente produtos de empreendimentos legalizados. Dessa forma, os proprietários decidiram formalizar o empreendimento a fim de garantir a comercialização de seus produtos.

Legislação tributária: A agroindústria possui seu registro no Sistema de Inspeção Municipal – SIM, controlado pela Prefeitura Municipal, o que permite comercializar seus produtos em âmbito municipal. Para manter o empreendimento legalizado neste Sistema, os produtores têm que pagar uma taxa mensal no valor de R\$47,00, acrescido do custo das visitas técnicas quando necessário.

Extensão rural e assistência técnica: Ao começar o processo de legalização os proprietários procuraram auxílio da Emater para formalizar o empreendimento por meio do Programa Estadual de Agroindústria Familiar (PEAF) também conhecido como “Programa Sabor Gaúcho”, porém, em virtude da falta de profissionais na sede da Emater para realizar os procedimentos e devido ao alto tempo necessário para formalizar, os gestores acabaram

desistindo. Assim, buscaram auxílio junto a Prefeitura Municipal, onde realizaram o registro no SIM.

Fiscalização: Para a constituição das áreas físicas de produção a agroindústria C recebeu a fiscalização dos Corpo de Bombeiros e Vigilância Sanitária. Após este processo a vistoria era realizada pelos agentes do Sistema de Inspeção Municipal, todavia, esta fiscalização não ocorre a um ano.

f) Relações de mercado

Poder de barganha dos fornecedores: O gestor da agroindústria ressalta a falta de outros fornecedores para adquirir as embalagens necessárias para o empacotamento dos queijos. Conforme o proprietário, esta situação deixa a agroindústria dependente da empresa fornecedora “*a gente não conseguiu outro, nem se sabe se ele está faturando muito em cima ou não, eu sei que para a gente não é muito fácil*”. Além da dependência, o agricultor ressalta que a inexistência de fornecedores na cidade de Jaguari/RS faz com que haja a necessidade de buscar as embalagens em outra cidade, fato que ocasiona a perda de um dia de trabalho na agroindústria.

Poder de barganha dos clientes: Antes da formalização do empreendimento, a comercialização dos produtos era realizada em diversos mercados do município, contudo com o passar dos anos apresentou-se dificuldade em conseguir pontos para comercializar devido a exigência de notas fiscais, motivo este decisivo para a iniciativa da legalização. Atualmente, os agricultores vendem os queijos em um supermercado e em uma granja da cidade. Para os proprietários, estes dois pontos são suficientes para suprir a necessidade de comercialização, visto que possuem muitos clientes fidelizados que compram queijos somente da agroindústria. De acordo com os produtores, a qualidade e a higiene dos produtos é um dos grandes diferenciais para possuir clientes fidelizados a longos anos.

4.4 AGROINDÚSTRIA FAMILIAR D

4.4.1 Aspectos relacionados à ação empreendedora

A propriedade onde está estabelecida a agroindústria D é composta por 25 hectares e está localizada no interior do município. A dinâmica econômica da família gira em torno da produção agroindustrial, onde são elaborados pães,ucas, bolachas e salgadinhos, bem como

cultivo de soja e uva. Quando casou, a agricultora elaborava pães e cucas para a subsistência. Após alguns anos foi formado um grupo de mulheres na localidade onde estas se reuniam para a fabricação de pães e cucas. Posteriormente a um período de atividades, o grupo se desfez e a agricultora adquiriu alguns dos maquinários que o grupo tinha comprado e continuou sua produção individualmente, onde constituiu a agroindústria.

O casal possui duas filhas que não residem mais na propriedade visto que saíram para estudar. No período em que as filhas moravam na propriedade elas também ajudavam no preparo dos produtos no turno oposto à escola. Atualmente, quem trabalha na agroindustrialização é a agricultora, juntamente com duas empregadas e o marido que cuida dos processos gerenciais do estabelecimento.

No ano de 2014 o empreendimento foi formalizado através do Programa Microempreendedor Individual – MEI. Inicialmente o casal queria formalizar a agroindústria através do Programa Sabor Gaúcho, todavia, por ser um processo demorado e devido à falta de funcionários no Escritório municipal da Emater para auxiliar nos procedimentos burocráticos, os agricultores acabaram desistindo da legalização federal.

De acordo com os produtores rurais a formalização serviu para diminuir a concorrência para seus produtos, uma vez que com a agroindústria formalizada conseguiam comercializar em pontos de venda que estabelecimentos não legalizados não conseguiam vender, como os supermercados. Tal fato demonstra a identificação de uma oportunidade pelos agricultores, visto que estes perceberam que a formalização seria um aspecto positivo para a continuação das atividades agroindustriais

Inicialmente a agricultora produzia somente pães e cucas, como o passar do tempo os consumidores começaram a pedir bolachas e salgadinhos, logo, a agricultora começou a ampliar sua gama de produtos de maneira a atender os pedidos dos clientes. Esta situação expressa a preocupação da produtora rural em oferecer produtos que satisfaçam as necessidades dos clientes, o que representa um comportamento empreendedor, uma vez que, de acordo com a literatura especializada, o empreendedor é um indivíduo comprometido com suas ações e com seus serviços e produtos ofertados.

A adaptação dos produtos agroindustriais representa também uma inovação desenvolvida pela empreendedora rural, visto que a agricultora modificou sua gama de produtos, de modo a oferecer alimentos novos com novas formas de produção e com novos sabores. Justifica-se a inovação desenvolvida pela empreendedora, visto que ela poderia continuar a produzir somente pães e cucas, como no início do empreendimento, sem modificar

seus processos produtivos. Todavia, por possuir espírito empreendedor alterou seus processos produtivos de acordo com as preferências dos consumidores.

Uma das características dos empreendedores é a persistência em não desistir dos seus negócios e projetos e dar continuidade em seus sonhos, tal personalidade pode ser encontrada na agricultora, visto que após constituir todas as dependências físicas para a agroindustrialização ocorreu um incêndio que destruiu toda a infraestrutura. Após tal fato a agricultora podia desistir de dar continuidade a agroindústria devido ao alto custo inerente para reconstruir o espaço físico, entretanto, a agricultora adaptou sua cozinha da residência para a fabricação dos produtos enquanto ocorria a reforma da agroindústria e continuou com estabelecimento agroindustrial.

A agricultora afirma que os principais motivos em dar continuidade são decorrentes da necessidade de renda proveniente da agroindústria e também por gostar de desempenhar os trabalhos agroindustriais. Como a produtora elabora tais produtos desde quando morava com sua mãe, desenvolveu o gosto por tais atividades, assim, a empreendedora não se vê desempenhando outras atividades a não ser as relacionadas à agroindústria. Assim como nos outros casos, a paixão pelas atividades exercidas faz com que os empreendedores busquem desenvolver da melhor forma possível as atividades, prezando pelo comprometimento e qualidade de seus produtos e serviços.

4.4.2 Aspectos relacionados à competitividade do estabelecimento

a) Gestão

A gestão dos empreendimentos exerce papel fundamental para conhecer o mercado, planejar e antecipar à concorrência, elementos estes essenciais para a competitividade do empreendimento (MELZ, 2010). O conhecimento das ferramentas de gestão também proporciona o controle da produção, dos processos financeiros, constatação de falhas nos processos produtivos, definição de estratégias de redução de custos, bem como auxilia a tomada de decisão com menor risco (KAKIMOTO, 2011).

Planejamento: Nota-se que a proprietária da agroindústria D também não apresenta um planejamento minucioso, sua produção é guiada conforme a demanda dos clientes. Por trabalhar com produtos alimentícios que possuem um curto prazo de validade, a agricultora não produz em grandes quantidades, ela vai produzindo conforme surge os pedidos com o intuito de disponibilizar produtos frescos e de qualidade.

Controle: No início da agroindústria a agricultora realizava o fluxo de caixa do empreendimento, contudo, devido ao tempo despendido para este processo, acabou deixando de realizar. Atualmente, a agricultora possui uma base do lucro gerado pelo seu empreendimento devido as anotações em caderneta, porém, afirma ser um controle simples, sem muitas especificações. Para definir o preço de venda dos produtos, a gestora calcula o custo da receita ao produzi-la pela primeira vez e acrescenta um percentual para o lucro. Caso os insumos não aumentarem de preço durante o ano, a proprietária reajusta anualmente os preços de seus produtos.

Funcionários: O estabelecimento possui duas funcionárias que auxiliam no preparo dos produtos, uma já está trabalhando na agroindústria a 3 anos e outra a 1 ano. Todos os dias a proprietária busca e leva as funcionárias nas suas residências na cidade.

b) Tecnologia

Máquinas e equipamentos: Inicialmente, a agroindústria operava com poucos equipamentos, para assar os produtos era usado forno a lenha. Após o processo de formalização do empreendimento e o aumento da quantidade produzida, a proprietária começou a investir em equipamentos, atualmente, dentre os equipamentos tecnológicos existentes na agroindústria destacam-se a uma amassadeira grande, três cilindros, dois fornos (Figura 8), uma fritadeira e uma embaladeiras. Ressalta-se que as máquinas foram adquiridas gradativamente em decorrência do aumento da demanda de produtos pelos clientes, de modo que a proprietária não investiu em tecnologia sem a certeza da comercialização de seus produtos.

Figura 8 - Forno – Agroindústria D



Fonte: Arquivo pessoal, 2017.

Assistência técnica: Quando há problemas técnicos com os equipamentos ou quando há a necessidade de manutenção, a proprietária recorre a loja onde comprou os equipamentos na cidade de Santiago/RS, visto que a loja disponibiliza de assistência técnica especializada. Caso o problema for de menor grau, a agricultora leva os equipamentos para serem consertados na cidade de Jaguari/RS.

c) Insumos

Mão de obra: Para os serviços da produção agroindustrial a proprietária conta com as duas funcionárias sem a contratação de diaristas. A entrevistada ressalta a dificuldade em conseguir pessoas qualificadas para trabalhar e alia essa situação ao êxodo rural dos jovens, em virtude de a maioria ir para a cidade estudar e não retornar para o meio rural. Para ela, a carência de mão de obra apresenta-se como um dos grandes dificultadores da agroindustrialização.

Matéria-prima: Por se tratar de um empreendimento que tem seu foco na produção de pães,ucas e bolachas, grande parte da matéria-prima é externa como a farinha e o fermento, a proprietária utiliza da propriedade o leite, os ovos e a uva para a produção deucas recheadas.

Embalagens: As embalagens dos produtos são adquiridas através de um fornecedor da cidade de Santa Maria/RS, onde a gestora realiza o pedido e a empresa entrega as encomendas na agroindústria. Desde o início da agroindustrialização é o mesmo fornecedor que disponibiliza as embalagens necessárias.

Custo de produção: Dentre os principais custos de produção da agroindústria D está o pagamento do salário das funcionárias, que gira em torno de R\$1.200,00. Destaca-se também que ao legalizar o empreendimento, a proprietária realizou investimentos em infraestrutura ao reformar a área destinada à produção e adquiriu novos equipamentos a fim de cumprir as exigências legais necessárias.

d) Fatores ambientais e climáticos

Existência de intempéries climáticas: as adversidades climáticas enfrentadas pelo estabelecimento nos últimos anos referem-se, assim como no caso das agroindústrias A e B que também cultivam uva, no excesso de chuva e ocorrência de granizo que acabou reduzindo a quantidade produzida bem como afetou a qualidade dos frutos nos últimos anos. Como a agroindústria utiliza pouca matéria-prima proveniente de produção própria, os fatores climáticos não interferem significativamente na quantidade a ser produzida.

Ameaças: Este empreendimento também sofre com os problemas causados pela aplicação do herbicida 24D nas imediações, conforme a agricultora nas safras em que não era utilizado este herbicida nas propriedades vizinhas a produção de uva era de 70 mil kg, já no último ano a produção foi de 20 mil kg.

Nota-se que esta variável é um fator que reduz a competitividade de três agroindústrias envolvidas, uma vez que acarreta na redução das matérias-primas e na qualidade das mesmas. Por se tratar de um problema locacional que ocorre em determinadas regiões afeta negativamente o posicionamento das agroindústrias, uma vez que empreendimentos situados em outras localidades não apresentam esta adversidade e deste modo consegue obter maior produtividade de matéria-prima.

e) Ambiente Institucional e organizacional

Legalização: Inicialmente a agroindústria operava sem estar formalizada nos órgãos competentes, contudo, após as fiscalizações que começaram a ocorrer no município e em virtude de os mercados da cidade revender somente produtos com nota fiscal, a proprietária resolveu legalizar o empreendimento como uma medida necessária para garantir a comercialização e devido a inexistência de outra alternativa econômica para a propriedade. Por se tratar de agricultores que elaboram estes produtos a décadas, outro fator decisivo para a continuação da agroindustrialização e, conseqüentemente a formalização do empreendimento, é a tradição cultural da família envolvida.

Legislação tributária: A agricultora realizou o processo de formalização da agroindústria através do Programa Microempreendedor Individual – MEI. Atualmente, a produtora paga uma taxa de R\$40,00 mensal mais os honorários de um profissional contábil que trabalha com os trâmites burocráticos.

Extensão rural e assistência técnica: Assim como os donos da agroindústria C, os proprietários da agroindústria D também recorreram ao auxílio da Emater para formalizar o empreendimento através do Programa Sabor Gaúcho, contudo não obtiveram retorno devido à falta de profissionais na sede da Emater do município e em virtude da demora do processo de legalização. Desse modo, os proprietários procuraram um contabilista que registrou o empreendimento no MEI.

Fiscalização: a agroindústria recebeu fiscalização somente no início da abertura do empreendimento por meio do Corpo de Bombeiros e Vigilância Sanitária, porém atualmente não recebe nenhuma fiscalização.

f) Relações de mercado

Poder de barganha dos fornecedores: a agroindústria possui dois fornecedores, um que disponibiliza as embalagens e o outro que fornece a farinha, ambos são fornecedores fidelizados que a longos anos atendem a agroindústria. A proprietária afirma não ter enfrentado nenhum problema com estes representantes e considera-se satisfeita com o atendimento visto que ambos entregam as encomendas na sua propriedade.

Poder de barganha dos clientes: A agroindústria vende seus produtos nos mercados da cidade, em residências particulares e em duas agroindústrias, as quais revendem seus produtos. A entrega nos mercados e nas agroindústrias ocorre diariamente de segunda a quinta-feira, já

as entregas à domicílio são realizadas nas sextas-feiras. A agricultora mostra-se satisfeita com o número de clientes que possui uma vez que consegue comercializar toda sua produção e não deixa produtos faltando para os consumidores. No que se refere a atrair novos clientes, a proprietária mostra-se favorável a manter os clientes que já possui, visto que com a mão de obra que possui é difícil aumentar a produção. Logo, a agricultora prefere atender os clientes existentes, sem deixar faltar produtos, do que aumentar o número de clientes e correr o risco de não conseguir atender a demanda de todos.

5 DISCUSSÃO CONJUNTA DOS CASOS

Esta seção aborda as principais reflexões constatadas através dos quatro casos estudados. Busca-se realizar uma síntese tanto dos aspectos positivos acerca das características empreendedoras dos produtores rurais, bem como aspectos críticos, os quais dificultam a ação empreendedora dos agricultores e que, conseqüentemente, interferem na competitividade das agroindústrias familiares.

No que se refere à ação empreendedora, pode-se destacar que a maior motivação para empreender dos agricultores provém da necessidade de geração de renda para o sustento das famílias envolvidas. Tal resultado corrobora com a pesquisa realizada por GEM (2015) em que 43,50% dos empreendimentos brasileiros surgem devido a necessidade de abrir um negócio com a finalidade de gerar rendimentos visando basicamente a manutenção das famílias.

Todavia, por mais que a constituição das agroindústrias familiares seja decorrente da necessidade de novas atividades econômicas, destaca-se que os casos investigados são exemplos de agricultores que por meio da agroindustrialização detectaram uma oportunidade de geração de renda e de garantia de manutenção no meio rural. A identificação desta oportunidade resulta na constituição de estabelecimentos agroindustriais que transformam os alimentos *in natura* provenientes da agricultura em produtos beneficiados destinados para a comercialização.

Neste sentido, de acordo com Baggio e Baggio (2014) o que define um empreendedor é a busca pela mudança por meio de uma oportunidade, de modo a criar uma nova forma de utilização dos recursos em que estes sejam modificados do seu emprego tradicional e sujeito a novas combinações. Logo, no caso das agroindústrias, o emprego tradicional dos recursos que costumeiramente consiste na destinação dos produtos agropecuários *in natura* para o autoconsumo, é substituído pelo processo de agroindustrialização dos alimentos que são posteriormente comercializados.

Ao mesmo tempo em que o beneficiamento das matérias-primas em produtos apresenta-se como o aproveitamento de uma oportunidade pelas famílias, destaca-se também como uma inovação desenvolvida pelos agricultores, visto que desenvolvem novidades até então não produzidas por eles. A transformação das frutas em doces, geleias e compotas, bem como a transformação do leite em queijo caracteriza-se como inovações elaboradas por estes empreendedores.

Para Tomei e Lima (2015), o empreendedor rural apresenta especificidade que não são encontradas nos empreendedores urbanos. Para os autores, a transformação do leite de vaca em

queijo já significa uma inovação produzida pelos agricultores, diferentemente da perspectiva do empreendedor urbano, em que a transformação do queijo é um processo comum, não sendo investigado como um processo inovador. A mesma ideia também é válida para os outros produtos elaborados pelas agroindústrias.

Já no que tange as inovações tecnológicas em equipamentos e máquinas, tem-se que todas as agroindústrias realizaram maior investimento a partir da legalização dos empreendimentos. As exigências legais requeridas para formalizar as agroindústrias destacam-se como o principal motivo pelo qual os proprietários acabaram adquirindo novos equipamentos. Ressalta-se que não há muitos investimentos em tecnologia, todas as agroindústrias possuem os equipamentos necessários para o processo de agroindustrialização, e ao longo dos anos os produtores foram adquirindo novas máquinas, contudo, sem novos investimentos.

Percebe-se que a aquisição de novos maquinários está relacionada ao aumento da demanda, visto que nenhuma agroindústria adquiriu novos equipamentos com demanda constante. Juntamente com o crescimento da demanda surge a necessidade de ampliação da produção, fator decisivo para o aumento do aparato tecnológico. Todas as agroindústrias apresentam-se satisfeitas com os equipamentos que possuem e não demonstram interesse em adquirir novas tecnologias futuramente. Uma justificativa para tal fato decorre da vontade de manter a produção no nível atual, não apresentando uma perspectiva futura de ampliação da produção.

Ressalta-se que as tecnologias empregadas pelas agroindústrias são suficientes para o nível produtivo que apresentam e para as atividades que desempenham. De acordo com Lima, Parteli e Loose (2015), o aparato tecnológico utilizado na agricultura familiar altera-se conforme as atividades produtivas exercidas na propriedade e pelas condições financeiras do produtor para adquirir novos equipamentos. Logo, as tecnologias empregadas nas agroindústrias familiares estudadas podem não ser as mesmas tecnologias utilizadas por outras agroindústrias, devido suas especificidades produtiva e financeira.

Colocar

Nos empreendimentos rurais o processo de inovação não poder ser restringido a uma ação momentânea de empreendedorismo. A complexidade das atividades do meio rural exige ações concretas de contínua reorganização e adaptação do uso dos fatores de produção a partir da introdução de novos processos ou matéria-prima (MATEI, 2015).

O comportamento empreendedor pode resultar da inovação em matérias-primas, novos métodos de produção, ou adaptação dos métodos já existentes, adoção de novas tecnologias, ou distinta forma de utilização dos fatores de produção, de maneira a adequar o produto e/ou serviços para o mercado de destino. No campo desta pesquisa destaca-se que as inovações desenvolvidas pelos agricultores não concentram-se em inovações tecnológicas, mas sim em ações que, devido as especificidades do meio rural, podem ser caracterizadas com atitudes inovadoras. Nesta perspectiva destaca-se, por exemplo, o oferecimento de novos produtos, até então não ofertados pelos empreendimentos – como alimentos sem glúten, e oferta de cafés para eventos, novas forma de oferecimentos dos produtos – como queijos pela metade, bem como a constituição de um estabelecimento comercial junto a BR-287.

Tais ações, ao serem analisadas através do olhar do empreendedorismo urbano talvez não seriam caracterizadas como inovações, todavia, o estudo do empreendedorismo rural requer do pesquisador a compreensão das características particulares de cada ambiente rural de modo a conseguir identificar em pequenas ações, como as acima citadas, elementos que expressam atitudes inovadoras por parte dos agricultores. Justifica-se tal constatação em virtude de o meio rural possuir costumes tradicionais transmitidos entre gerações e que muitas vezes impossibilitam a modificação dos processos produtos, dessa forma, simples atitudes que altere a forma de produção podem ser consideradas uma novidade para o setor.

De acordo com FAO (2012), é fundamental para o empreendedor rural ser inovador, seja para determinar suas ações frente a concorrência ou para adequar-se as mudanças do meio ambiente. Neste aspecto, as ações acima citadas demonstram-se exemplos de inovações que contribuem para a competitividade dos estabelecimentos, uma vez que ao introduzir novas formas ou processos em seus serviços os produtores rurais possivelmente conseguem prospectar novos clientes e fidelizar os já existentes, fator este essencial para a competição das agroindústrias familiares.

Nota-se que os agricultores apresentam determinada aversão ao risco, o que se justifica pelo fato de não gostarem de investir em tecnologia, infraestrutura e em processo sem ter a certeza de que dará certo. Ressalta-se que o aumento da quantidade produzida também depende do acréscimo da demanda, visto que os proprietários aludem alterar sua produção em virtude da procura. Logo, através destas constatações tem-se que os empreendedores buscam estabelecer suas ações de modo cauteloso, sem colocar em risco os resultados de seus atos.

A aversão ao risco dos agricultores, no que se refere à aquisição de novas tecnologias, pode estar atrelada ao alto custo de manutenção dos equipamentos. No meio rural, muitos produtores procuram reduzir ao máximo as despesas das propriedades, seja nas lavouras ou nos

ambientes de produção, assim visualizam o valor despendido para a manutenção como uma despesa que pode ser excluída ao não adquirir equipamentos que as normas não exigem.

O meio rural brasileiro, constitui-se de trabalhadores, principalmente de maior idade, que tradicionalmente não buscam por mudanças nos processos produtivos, uma vez que utilizam as técnicas transmitidas por seus antepassados, fato este que responde a aversão ao risco dos agricultores. Tal aversão para a busca de algo novo, que modifique a maneira de produzir e que coloque em risco seus processos produtivos, faz com que os empreendedores rurais busquem alterar somente as técnicas necessárias para a regularização dos empreendimentos, de modo a continuar a elaboração com as técnicas tradicionais existentes.

Um das dificuldades em empreender no meio rural consiste que os empreendedores rurais tender a ser mais reativos do que proativos. Uma possível resposta para esta situação encontra-se na justificativa de que muitos empreendimentos são passados de pai para filho, o que estimula um “modo de ser” e tendem a seguir um padrão relativamente seguro de atividades sem buscar algo novo com receio de correr riscos (MCELWEE e SMITH, 2014). Frente a isso, os autores acima aludem a importância em revigorar o espírito empreendedor e as capacidades estratégicas dos produtores rurais, a fim de potencializar a diversificação e o crescimento. Os empreendedores rurais devem ser capazes de valorizar suas produções e engajar-se em pensamentos estratégicos.

A pesquisa de Tomei e Lima (2015) também evidencia a aversão ao risco dos empreendedores familiares, em seu estudo, os autores constataram que os produtores possuem aspirações para crescer e gerar rendas maiores, todavia não conseguem superar a visão imediatista, nem estabelecer metas e planos estratégicos, para eles somente riscos moderados são passíveis de aceitação. No que se refere ao último aspecto, é possível constatar na presente pesquisa que os agricultores atrelados as agroindústrias familiares também não planejam as ações a longo prazo, tampouco estabelecem metas e controles para os empreendimentos. Desta forma, nota-se que não se trata de um problema ligado somente ao campo de pesquisa desta dissertação, mas sim, que tais resultados encontrados corroboram com aspectos encontrados em outros estudos já existentes.

Nos empreendimentos familiares pesquisados verifica-se que não há um planejamento minucioso da produção, fato que decorrente da quantidade produzida depender da demanda, a qual se altera periodicamente. Outro limitador do planejamento da produção destas agroindústrias é a disponibilidade de matéria-prima, como os produtos são elaborados com as frutas existentes nas propriedades, não há possibilidade de produzir a mesma quantidade de produtos o ano todo, logo a produção é adaptada conforme o volume de matéria-prima

disponível em cada época. Estes dados corroboram com os argumentos de (BATALHA, BUAINAIN e SOUZA FILHO, 2005), os quais aludem que devido ao fato da matéria-prima das agroindústrias ser, em sua grande parte, proveniente da atividade agropecuária e que estejam sujeitas aos regimes de safra e entressafra, o planejamento e controle destes estabelecimentos acabam não sendo executados da melhor maneira.

Nota-se que a forma de planejar a produção dos agricultores se insere na lógica do Just In Time, a qual trabalha com a ideia de uma produção em pequena escala, produzindo somente o necessário, partindo de uma perspectiva de atender de maneira rápida e flexível a variação de demanda do mercado. Tal objetivo pode ser obtido através da utilização racional do tempo, da matéria-prima e tecnologia (LOPES, 2010).

O Just In Time envolve uma programação/planejamento diário em que a produção, que se adapta as variações de demanda ao longo do mês (LOPES, 2010). Tal fato pode ser observado nas agroindústrias estudadas, uma vez que os produtores rurais não planejam a quantidade a ser produzida em virtude da disponibilidade de matéria-prima existente e por levar em consideração a demanda de mercado que se modifica constantemente.

Outro aspecto de destaque do Just In Time é a busca pela melhoria contínua, ou seja, fazer as coisas simples e, gradualmente, fazê-las melhor que antes (REBELATO, MADALENO e RODRIGUES, 2012). Nota-se que este elemento também foi identificados nos produtores rurais, visto que todos buscam produzir conforme a demanda a fim de garantir o oferecimento de produtos frescos e de qualidade.

Tem-se que nenhuma das agroindústrias realiza um controle financeiro sistemático, todas têm conhecimento que apresentam resultados positivos em seus estabelecimentos, todavia não possuem uma verificação de custos e receitas por meio de planilhas ou anotações, os controles são realizados na maioria das vezes mentalmente. Eventualmente, as agroindústrias que produzem pães, bolachas, biscoitos, geleias entre outros produtos, realizam o cálculo das despesas mediante uma receita, de modo que ao surgir um produto novo calculam qual o custo para produzi-lo e a partir deste custo estipulam uma margem de lucro e o preço de venda, contudo, esse cálculo é realizado somente na primeira receita produzida.

Com estes métodos de controle as agroindústrias conseguem ter conhecimento de seus lucros, mesmo que de forma incipiente. Vale destacar que todas as agroindústrias já tentaram realizar um controle financeiro mais específico da produção, todavia, o tempo destinado para este processo torna-se um limitador para o controle mais efetivo. No que se refere ao controle da produção, tanto em estoque quanto vendida, tem-se que nenhuma das agroindústrias realiza esse procedimento.

De acordo com o trabalho realizado por Pettan (2005), o incipiente controle, a ausência de estudos de viabilidade econômica e financeira são elementos que dificultam a ampliação da competitividade dos empreendimentos familiares. Fatores este também identificados nesta pesquisa. Para o autor, a baixa capacidade gerencial em todas as etapas produtivas torna as agroindústrias vulneráveis frente à concorrência.

A falta de controle, bem como a ausência do estabelecimento de metas, além de se apresentar como um fator negativo frente a concorrência, também dificulta as ações empreendedoras dos agricultores, uma vez que o desconhecimento da situação dos empreendimentos agroindustriais impossibilita traçar estratégias para o melhoramento gerencial e produtivo e estabelecer ações frente à concorrência.

A escassez de mão de obra para o processo produtivo é um dos fatores mais críticos da competitividade das agroindústrias pesquisadas. Aliado à baixa disponibilidade de mão de obra, outro limitador da competitividade é a falta de pessoas qualificadas para exercer as atividades requeridas nas agroindústrias. De acordo com os relatos, devido ao êxodo rural dos jovens, as alternativas de contratação são cada vez menores, fazendo com que os proprietários tenham que contratar pessoas de maior idade e que muitas vezes não possuem o suporte físico necessário para desenvolver as atividades.

Nota-se que a dependência da mão de obra externa, devido a mão de obra familiar existente não ser suficiente para realizar todas as tarefas necessárias, apresenta-se como um fator negativo de competitividade, uma vez que há empreendimentos que realizam todo o processo de agroindustrialização com mão de obra familiar e deste modo possuem menor custo de produção, o que pode acabar refletindo em produtos com preços mais baixos.

Por se tratar de agroindústrias familiares rurais onde a maior parte das matérias-primas é provenientes da agricultura, os aspectos ambientais e climáticos tornam-se de suma relevância para o desempenho dos empreendimentos, nos casos pesquisados dentre os principais contratemplos climáticos enfrentados destaca-se o excesso de chuva e granizo. Para Melz (2010), a alta produtividade juntamente com boas condições climáticas destaca-se como fortes fatores para a competitividade dos setores.

A imprevisibilidade dos fatores climáticos e sua não controlabilidade resulta além dos efeitos produtivos, na dificuldade em planejar a produção. Deste modo, além dos elementos comumente encontrados em outros setores produtivos, como as dificuldades competitivas e comerciais, as agroindústrias apresentam em sua dinâmica os aspectos climáticos que afetam diretamente sua competição (BADEJO, 2011).

No ambiente institucional e organizacional percebe-se que inicialmente todas as agroindústrias operavam sem formalizar o empreendimento nos órgãos competentes, após anos de atividade que começaram o processo de legalização. Para duas agroindústrias o principal motivo para legalizar o empreendimento refere-se à garantia de comercialização para seus produtos, visto que os supermercados, principais pontos de venda das agroindústrias, começaram a adquirir produtos somente com nota fiscal.

Muitos empreendimentos familiares não conseguem se inserir nos mercados por não possuir uma oferta contínua de produção o ano todo, e por não conseguir cumprir todos os padrões de qualidade requeridos. Assim, canais de comercialização como os supermercados acabam sendo canais restritivos as experiências informais (GAZOLLA, 2017).

A legalização das agroindústrias apresenta-se como uma característica empreendedora, uma vez que os produtores rurais viram na formalização uma oportunidade aumentar os pontos de comercialização, uma vez que muitos estabelecimentos só revendem com notas fiscais. Dessa forma, a identificação e aproveitamento desta oportunidade ao mesmo tempo em que aumenta as possibilidades de negociação também garante a disponibilidade de produtos que cumprem com as exigências necessárias de produção.

Assim, esta característica empreendedora dos agricultores, o aproveitamento de uma oportunidade através da legalização dos empreendimentos, destaca-se como um fator relevante para a competitividade das agroindústrias, visto que apresenta-se como um diferencial positivo em relação à concorrência. A procura dos consumidores por produtos de procedência confiável e que atendam aos requisitos de qualidade exigidos proporciona aos empreendimentos formalizados vantagens competitivas em relação aos concorrentes.

No que se refere à legislação tributária, nota-se que o ramo que possui maior custo com pagamento de taxas e impostos é o de agroindústrias que elaboram vinhos. O alto valor despendido para tal fim fez com que os proprietários da agroindústria A parassem com a produção de vinhos e comesçassem a produzir doces, compotas e geleias. A gestora da agroindústria B também ressalta a dificuldade em cumprir com todos os pagamentos de encargos necessários para manter o empreendimento legalizado.

A legislação tributária, segundo Pettan (2005), acaba por dificultar a constituição de uma empresa de forma legal para os agricultores. De acordo com o autor, a soma de impostos torna onerosa a situação financeira das agroindústrias familiares. A alta carga tributária apresenta-se com um motivo pelo alto grau de informalidade das agroindústrias familiares, principalmente no que concerne os casos de bebidas alcólicas (GAZOLLA, 2012).

Ainda no que diz respeito à legislação tributária, Melz (2010) alude que a excessiva tributação sobre os produtos, sobre a propriedade ou insumos, acarreta em um aumento do preço final ao consumidor, situação a qual reduz a competitividade dos produtos. Logo, tributos mais baixos acabam por aumentar a competitividade dos produtos.

Acerca dos órgãos de auxílio do município verifica-se que a divergência das informações repassadas para os gestores das agroindústrias juntamente com a falta de auxílio, dificulta o processo de legalização dos empreendimentos. Consta-se que dois agricultores deixaram de legalizar os empreendimentos através do Programa Sabor Gaúcho e formalizaram por meio do SIM e do MEI em decorrência de não conseguir o suporte necessário nos órgãos competentes. Outros dois agricultores também ressaltam o descontentamento acerca da assistência técnica existente no município, o que acarreta na busca de novas alternativas de informações, como pessoas de relações.

Percebe-se pelos relatos, no que tange as fiscalizações, que estas ocorrem de forma não periódica e heterogênea nos estabelecimentos. Este descompasso acaba por prejudicar a dinâmica gerencial e operacional das agroindústrias familiares, uma vez que os produtores não recebem as instruções necessárias para realizar as atividades em conformidade com as normas estabelecidas. Neste aspecto, a fiscalização incipiente corre o risco de colocar em xeque uma das diretrizes norteadoras da legalização: a qualidade dos produtos.

Destarte, mesmo que as ações do Estado nos últimos anos busquem tornar o processo de legalização das agroindústrias familiares mais simples, a formalização destes empreendimentos continuam sendo um desafio para os agricultores familiares (FERNANDES e ENGEL, 2016). Ocorreu muitos avanços institucionais para viabilizar o processo de reprodução das agroindústrias, todavia, deve-se fazer novas ações para que estes empreendimentos familiares possuam um ambiente institucional apropriado ao seu desenvolvimento (GAZOLLA, 2012).

As organizações exercem papel fundamental para o desenvolvimento rural, seu papel de atrair os produtores para práticas de gerenciamentos, e articulação entre elementos racionais e técnicos da produção, proporciona resultados positivos nas condições sociais e econômicas da localidade (MENDONÇA e ALVES, 2012). Todavia, ter acesso a estas organizações não é suficiente, é necessário apresentar a capacidade de desafiar novas ideias e disseminá-las.

Principalmente para os pequenos produtores a assistência de extensionista e instituições de apoio é fundamental para promover a ação empreendedora (FAO, 2012). É necessários serviços que forneçam as informações pertinente aos empreendedores rurais, que aconselham e apoiam os agricultores na identificação, preparação e constituição dos empreendimentos, bem

como auxiliem estes agricultores para a identificação e avaliação de oportunidades (FAO, 2012).

Mesmo com as exigências necessárias a serem cumpridas os produtores apresentam-se contentes com a legalização, dentre os principais benefícios está a melhora da qualidade dos produtos e a possibilidade de manter-se nos mercados de comercialização. Neste último aspecto, a legalização apresenta-se com um fator positivo em relação aos concorrentes, uma vez que conseguem expandir suas possibilidades de comercialização.

No que tange aos fornecedores, tem-se que todos os agricultores negociam com um número reduzido de empresas, tendo no máximo 3 fornecedores, e adquirem um baixo volume de produtos destes. Nota-se que a redução de custos por meio da negociação com fornecedores torna-se difícil quando o empreendimento trabalha com um baixo número de fornecedores e, conseqüentemente, dificulta a competitividade do estabelecimento neste aspecto (BARCELLOS, et al. 2010). Muitas vezes os pequenos agricultores empresariais apresentam baixo poder de barganha com os fornecedores em virtude de o seu reduzido nível de produção, que limita a capacidade de negociação, acarretando, dessa forma, na aquisição insumos e equipamentos a preços mais elevados (FAO, 2012). Nesta situação as agroindústrias acabam por não apresentar poder de negociação frente aos seus fornecedores, tornando-se assim dependentes dos preços e produtos oferecidos por estas empresas.

Os proprietários não apresentam descontentamento com os fornecedores que possuem, visto que até o presente momento nenhum obteve problemas dessa ordem. Todos negociam sempre com as mesmas empresas, as quais entregam as encomendas nos estabelecimentos familiares sem custos adicionais. Todavia, por mais que não haja adversidades, percebe-se a existência de poucas alternativas de fornecedores, fato que prejudica o poder de negociação das agroindústrias.

Para Porter (2004), existe algumas situações que fazem com que os fornecedores exerçam poder de negociação sobre seus clientes, de modo a aumentar o preço de seus produtos ou diminuir a qualidade. Neste momento torna-se necessário explicar quais destas situações podem ser identificadas nos casos observados.

De acordo com Porter (2004) quando a empresa não é um cliente importante para os fornecedores, ou seja, quando os fornecedores vendem para várias empresas de modo que apenas uma não representa uma parcela significativa das vendas, os fornecedores ficam mais propensos a exercer poder de negociação sobre a empresa. No caso deste estudo, por tratar-se de pequenas agroindústrias que não adquirem um alto número de produtos dos fornecedores, estas tornam-se mais tendenciosas a aceitar os preços e produtos oferecidos.

Outra situação que pode ser observada na presente pesquisa e que corrobora com a visão de Porter, é quando os fornecedores possuem um insumo importante para os compradores. Como mencionado anteriormente, algumas agroindústrias adquirem os insumos de determinados fornecedores devido não possuir outras alternativas, como no caso da agroindústria C, em que somente um provedor possui as embalagens específicas para a embaladeira. Nesta situação os fornecedores também podem exercer poder de barganha no momento da negociação, visto que as agroindústrias dependem destes insumos para o processo de agroindustrialização.

Em relação aos consumidores, verifica-se que devido ao fato das agroindústrias A e B situarem-se às margens da BR-287, um ponto negativo é o desconhecimento dos clientes. Assim como ambas as agroindústrias possuem clientes fidelizados que compram seus produtos frequentemente, há clientes que compram uma vez, ou seja, pessoas que estão viajando, “clientes de estrada” assim denominado pelas produtoras, que chegam para conhecer os estabelecimentos e acabam adquirindo os produtos. Logo, ao mesmo tempo em que o acesso as agroindústrias é um fator positivo frente à concorrência, o desconhecimento dos clientes e suas preferências apresenta-se como um fator negativo para estes empreendimentos, uma vez que as agricultoras não conseguem elaborar os produtos de acordo com os gostos dos consumidores.

Em todos os casos estudados a limitação de comercialização somente no perímetro do município não se apresenta como entrave para a venda dos produtos, uma vez que os proprietários mostram-se satisfeitos com o número de clientes que possuem. Uma justificativa para tal fato decorre da perspectiva futura das agroindústrias em manter o nível de produção atual, logo, não havendo necessidade de novos postos de comercialização.

Destaca-se que por mais que duas agroindústrias apresentam a adversidade do desconhecimento de parte de seus clientes, tem-se que todos os empreendimentos possuem clientes fidelizados que adquirem os produtos agroindustriais a um longo período. A fidelização com os consumidores motiva os produtores a modificar seus produtos ou elaborar novos produtos a fim de satisfazer as necessidades dos clientes, o que sinaliza que as preferências dos consumidores exercem influências nas decisões tomadas pelos proprietários.

A existência de consumidores exigentes que sejam capazes de reconhecer e valorizar os produtos oferecidos pelos empreendimentos além do preço e da qualidade, mas sim pelos seus atributos intrínsecos, apresenta-se como determinantes para a competitividade da empresa (COUTINHO e FERRAZ, 1993). Para os autores a identificação dos consumidores é fundamental para diversos aspectos, dentre os quais destacam-se: a) um relacionamento

duradouro e positivo entre produtor e cliente como efeito potencializador de mudanças e adequações profícuas; b) a fidelização entre consumidor e produtor como uma função de proteção da produção local frente à produtores externos, ou proporcionando tempo de reação ao surgimento de novos produtos no mercado.

Neste último aspecto, Calicchio e Marcondes (2016) reforçam que um bom relacionamento com os clientes é passível de se tornar uma estratégia que potencializa a barreira para novos entrantes no setor e dessa forma apresentar-se como uma vantagem competitiva sustentável para os estabelecimentos.

A venda direta, como é visualizada nos casos investigados, é apresentada como a principal forma de comercialização em função da autonomia deste processo, onde os agricultores elaboram seus produtos, vendem a seus clientes fidelizados a preço negociados no momento da venda sem haver intermediários ou vendedores contratados (GAZOLLA, 2017). Para o autor, nesta situação o que impulsiona os negócios são as estratégias exercidas pelas famílias para comercializar os alimentos em âmbito local.

O número de agroindústrias tanto formais quanto informais expandiu-se com o passar do tempo, de modo que a concorrência entre os estabelecimentos passou a fazer parte da dinâmica deste mercado. No caso da agroindústria C, um dos fatores para a legalização do empreendimento foi o grande número de concorrentes existentes que forneciam queijos para os supermercados do município. Com o intuito de atenuar os impactos negativos da concorrência, o produtor iniciou o processo de formalização do empreendimento. Atualmente, a agroindústria fornece com exclusividade os queijos para o maior supermercado da cidade.

No ramo das demais agroindústrias nota-se também a presença de produtos concorrentes, todavia, os proprietários afirmam que a concorrência não afeta o desempenho dos estabelecimentos. De acordo com os entrevistados, no município há possibilidade de comercialização para todas as agroindústrias, de modo que não há rivalidade entre os concorrentes.

No que se refere aos produtos substitutos constata-se que no caso da agroindústria D a possibilidade de surgimento de novos produtos substitutos é maior, uma vez que outras agroindústrias, como a agroindústria A começaram a elaborar produtos de acordo com as restrições dos consumidores, como produtos integrais e sem glúten. Tal fato afeta também a agroindústria B, uma vez que determinados produtos do estabelecimento são fornecidos pela agroindústria D.

Deste modo, a inovação desenvolvida pela agroindústria A no que diz respeito ao oferecimento de novos produtos, faz com que o surgimento de produtos substitutos não se

apresenta como uma ameaça para o empreendimento, ao contrário, demonstra-se como uma vantagem competitiva para a agroindústria. No que se refere à agroindústria C, não foi constatado a ameaça de produtos substitutos para o empreendimento.

A possibilidade de novas agroindústrias para o setor não é um fator preocupante para os empreendimentos pesquisados, todavia, não pode-se descartar o crescente número de agroindústrias informais estabelecidas no município e que estão em processo de formalização. Ao mesmo tempo que há a possibilidade de novos entrantes, ou seja, produtores rurais que estão constituindo suas agroindústrias, fato que pode acarretar no aumento da concorrência do setor.

No que se refere à qualidade dos produtos nota-se que os agricultores buscam oferecer produtos frescos, de boa qualidade e que cumpram com os padrões de higiene necessários, tal fato demonstra o comprometimento dos empreendedores familiares com seus consumidores. Para um empreendedor a exigência pela qualidade dos produtos e serviços é fundamental para que o empreendimento tenha clientes satisfeitos e fidelizados, situação esta que contribuiu positivamente frente à concorrência.

A qualidade apresentada pelos típicos produtos agroindustriais é característica de uma estreita relação entre o produtor, o qual apresenta o “saber-fazer” e as particularidades de cada região, o que proporciona sabores, cores e aromas singulares (PETTAN, 2005). Para o autor, a valorização dos elementos de cada região é expressa como estratégia para diferenciar a produção familiar. Deste modo, a valorização das características regionais e os típicos processos produtivos são elementos que distingue os empreendimentos familiares dos demais e, portanto, ampliam a sua competitividade.

O comprometimento dos proprietários com a qualidade de seus produtos pode estar atrelado também à história de vida destes agricultores. Evidencia-se nos relatos que os empreendedores já elaboravam os produtos que atualmente comercializam antes de constituir as agroindústrias, no caso das agroindústrias B, C e D os proprietários produziam, mesmo que de forma artesanal, desde a infância. A relação histórica com a produção de alimentos e seu beneficiamento faz com que os produtores rurais gostem de exercer as atividades agroindustriais e dessa forma, busquem recursos que auxiliam a fornecer produtos de boa qualidade. O oferecimento de produtos diferenciados em relação à concorrência que demonstrem resultado positivo com vistas a alcançar mercados cada vez mais segmentados identifica-se como uma busca pela vantagem competitiva (BRASIL, 2007).

Todos os agricultores entrevistados aludem gostar dos serviços desempenhados nos processos de agroindustrialização, tal situação corrobora com a literatura especializada em que afirma que o empreendedor é um indivíduo que sente paixão pelo que faz e que devido a isto

procura realizar suas tarefas de melhor forma possível. Tal motivação faz com que os empreendedores, neste caso, os empreendedores familiares rurais, sejam comprometidos com seus deveres e assim, busquem o aperfeiçoamento de seus empreendimentos.

Neste aspecto, características empreendedoras como a paixão pelas atividades desempenhadas, que resulta em um maior comprometimento e exigência pela qualidade, características estas também encontradas em empreendedores, faz com que os agricultores consigam realizar com maior leveza suas atividades, o que contribuiu para a competitividade do empreendimento, uma vez que pessoas motivadas são mais propensas para traçar estratégias gerenciais.

Mesmo com as dificuldades existentes como a falta de assistência, o excesso de burocratização, altos tributos, e dificuldades ambientais dentre outros, os produtores rurais continuaram a empreender seus negócios, isso demonstra uma característica empreendedora, uma vez que estes agricultores demonstram-se persistentes em dar continuidade a suas agroindústrias familiares em um ambiente de adversidades. Através desta reflexão, constata-se que constituir uma agroindústria familiar rural representa uma ação empreendedora por parte dos agricultores e que merece destaque frente à sociedade.

Diante do exposto construiu-se o Quadro 2 o qual sintetiza as informações discutidas nesta seção. Este quadro apresenta fatores que podem ser considerados desfavoráveis para a competição das agroindústrias e fatores que podem ser considerados favoráveis. Salienta-se que a elaboração do quadro ocorreu mediante a análise dos dados da pesquisa e representa o ambiente competitivo das agroindústrias estudadas, o que não permite a generalização das informações para outros empreendimentos familiares, visto que a competição e os fatores que a definem podem alterar-se de região para região.

Quadro 2 – Fatores de competitividade das agroindústrias familiares.

Fatores Positivos para competitividade	Fatores Negativos para a competitividade
Tecnologia utilizada	Falta de gestão dos empreendimentos
Boa relação com os clientes	Escassez de mão de obra barata e qualificada
Legalização dos empreendimentos	Problemas com fatores ambientais (herbicida 24D)
Baixa concorrência	Alto pagamento de tributos
	Descontentamento com os órgãos de auxílio

	Excesso de burocracia
	Poder de barganha dos fornecedores

Fonte: Elaboração própria, 2017.

Destaca-se que muitos dos fatores positivos da concorrência dos empreendimentos provêm de ações empreendedoras exercidas pelos agricultores, como as inovações em tecnologias, o bom relacionamento com os clientes o qual provêm do comprometimento e exigência pela qualidade dos produtos oferecidos, a legislação das agroindústrias decorrente de os agricultores identificarem na formalização uma oportunidade de manter seu lugar no mercado e que desta forma, apresenta-se como um diferencial frente à concorrência. Nota-se que dentre as características empreendedoras que foram menos identificadas nos produtores rurais foram o planejamento, o controle e o estabelecimento de metas, e que conseqüentemente apresenta-se com um dos aspectos negativos de competitividade dos empreendimentos, de acordo com o Quadro 2. Assim, através destas constatações, justifica-se a importância da ação empreendedora para a competitividade dos empreendimentos agroindustriais.

No mesmo ambiente pode existir inúmeros agricultores produzindo os mesmos produtos, muitas vezes produtores com técnicas e métodos mais novos e eficientes que lhe dão mais vantagens competitivas. Para minimizar tal impacto negativo proveniente da concorrência é fundamental que o agricultor seja empreendedor e trace estratégias que garantam a continuidade de seus negócios (FAO, 2012). Neste aspecto a assistência e apoio técnico tem papel fundamental para auxiliar os produtores a estabelecer ações que garantam a sobrevivência de seus empreendimentos em um ambiente marcado pela concorrência.

Logo, muitas vezes uma cultura de empreendedorismo é fundamental para os agricultores alcançar sua visão empreendedora, neste aspecto o extensionista assume papel imprescindível para disseminar a cultura e valores necessários para criação de negócios rurais coesos e rentáveis entre os produtores rurais (FAO, 2012). No que se refere as habilidades de gestão empresarial, os extensionista exercem papel importante na conscientização dos agricultores sobre a importância do gerenciamento dos empreendimentos

Para a FAO (2012), o empreendedorismo não pode ser ensinado, mas pode ser melhorado através da formação. Tal formação deve ser fornecida pelos agentes governamentais com o intuito de promover o compromisso do agricultor para o processo da aprendizagem. No processo de aprendizagem realizado pelos extensionista o empreendedorismo apresenta dois contextos, o de auxílio para as pessoas que desejam começar um negócio e o treinamento para

aqueles que já estão executando, visto que muitos que já são produtores rurais querem realizar mudanças em seus processos e/ou produtos e agregar valor de modo a direcionar a produção para o mercado, é o caso das agroindústrias familiares (FAO, 2012). Neste sentido, segundo a FAO, a capacitação para o empreendedorismo abarca esforços em educação, formação, divulgação de informações e extensão, de modo a envolver discussão, prática e reflexão.

No que se refere ao contexto das agroindústrias familiares, principalmente nos aspectos de formalização dos empreendimentos, é fundamental que o Estado forneça o suporte necessário para a efetiva regularização das agroindústrias, uma vez que a introdução de normas e diretrizes não são suficientes caso o produtor rural não tenha acesso adequado às informações e a assistência técnica necessária. É imprescindível proporcionar aos agricultores as condições necessárias para concretizar tal objetivo, isso requer que o Estado tome conhecimento das dificuldades enfrentadas pelos agricultores e oportunize instruções, cursos, acesso à crédito, dentre outros elementos essenciais para a formalização dos empreendimentos (FERNANDES e ENGEL, 2016).

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa tem o intuito de discutir os elementos de empreendedorismo que contribuem a competitividade das agroindústrias familiares do município de Jaguari/RS. Para tanto, através da literatura especializada foi possível estabelecer variáveis que afetam a competição dos estabelecimentos tanto positiva quanto negativamente. O objetivo central do trabalho não consiste em avaliar estas variáveis de modo quantitativo ou mensurar qual o grau impacto de cada direcionador na competitividade das agroindústrias, o que se buscou foi apresentar variáveis que de alguma maneira interferem na dinâmica competitiva dos casos estudados e descrevê-las.

Buscou-se abordar na constituição dos direcionadores elementos de diversos segmentos, desde o ambiente interno através da gestão dos empreendimentos até o ambiente externo por meio do ambiente institucional e organizacional. A abrangência de diferentes ambiente permite um panorama mais verídico da competição das agroindústrias, uma vez que a competitividade não depende apenas dos fatores controlados pela firma. Logo, a competitividade se apresenta no rearranjo produtivo e compreende dimensões além de preço e eficiência produtiva, como qualidade dos processos produtivos, dos produtos e do meio ambiente, bem como a diversificação dos produtos e serviços e a qualificação da mão de obra (GEHLEN, 2001).

Através dos resultados obtidos é possível inferir fatores que não se apresentam como preocupantes para a competitividade das agroindústrias, uma vez que podem ser classificados com fatores positivos, dentre eles as variáveis tecnologia, a relação com os clientes, a legalização do empreendimento. No que se refere à tecnologia, nota-se que as agroindústrias possuem todos os equipamentos e máquinas necessários para viabilizar a produção e estar em conformidade com as normas vigentes, não havendo necessidade de novas aquisições para manter o nível atual de produção.

Outro elemento positivo de destaque são os clientes, visto que as agroindústrias possuem consumidores fidelizados de longos anos que periodicamente compram seus produtos. A fidelização impulsiona os proprietários a buscar melhorias nos produtos oferecidos e criar novos produtos. Por tratar-se de uma cidade pequena, a indicação dos consumidores já fidelizados para outras pessoas auxilia no surgimento de novos clientes. Tal fato decorre do comprometimento dos agricultores com seus produtos oferecidos, o que demonstra um comportamento empreendedor por parte destes produtores rurais.

A visualização da formalização das agroindústrias como uma oportunidade de expansão de comercialização e o aproveitamento desta oportunidade, fez com que a legalização dos

empreendimentos torna-se um fator positivo frente à concorrência, visto que outros estabelecimentos informais não conseguem vender em determinados locais, como os supermercados da cidade. Outro aspecto positivo da legalização é a transmissão de confiança aos consumidores do fornecimento de produtos de higiene e qualidade requerida pelos órgãos públicos.

Dentre os aspectos que merecem atenção das agroindústrias em virtude de sua possibilidade de reduzir a competitividade, destacam-se a gestão dos estabelecimentos, o alto custo e escassez de mão de obra, a legislação tributária, a disparidade da fiscalização, bem como o insatisfatório auxílio dos órgãos públicos.

O alto custo com tributos principalmente nas agroindústrias de vinho é um grande dificultador da agroindustrialização. A legislação tributária apresenta-se como o principal motivo para uma das agroindústrias trocar do segmento vinícola para a produção de doces, compotas e bolachas. O pagamento de taxas e impostos apresenta-se com elemento que reduz a competitividade das agroindústrias, uma vez que esse valor poderia ser revertido para outros setores ou até mesmo reduzir o preço final dos produtos.

Um dos maiores descontentamentos dos entrevistados está na falta de auxílio dos órgãos públicos em virtude da divergência de informações transmitidas por estes órgãos. A carência de orientações relacionadas à operacionalização dos empreendimentos ocasiona, muitas vezes, em tomada de decisões errôneas por parte dos agricultores devido ao desconhecimento destes das obrigações que lhes competem.

No que se refere à gestão dos empreendimentos familiares tem-se que o inadequado planejamento e controle acarreta na impossibilidade de traçar estratégias competitivas futuras que permitam melhorar o desempenho das agroindústrias. Esta impossibilidade deve-se à insuficiência de informações gerenciais, as quais norteiam a tomada de decisão dos produtores, como a falta de controle minucioso sobre os custos e receitas, a ausência de controle da produção e estoque e a falta de planejamento produtivo e futuro. Assim, verifica-se que um incipiente comportamento empreendedor no que se refere ao planejamento e controle das atividades agroindustriais acarreta em um elemento negativo de competitividade, visto que impossibilita os empreendedores rurais de traçar projetos pontuais para os empreendimentos.

Tal situação reforça a importância da ação empreendedora para a competitividade dos empreendimentos familiares. Logo, reforçar o espírito empreendedor no meio rural, bem como dar o suporte necessário para tais ações é de suma importância para que os agricultores consigam assegurar sua qualidade de vida no ambiente em que vivem.

Frente a isso, é imprescindível o papel da extensão rural como ente fomentador da promoção da ação empreendedora no meio rural e para incentivar os produtores a empreender cada vez mais, de modo a tornar-se competitivos em suas atividades, a fim de garantir sua manutenção no campo e desmistificar o senso comum de que o rural é um espaço atrasado que não pode ser melhorado. Assim, o empreendedorismo rural surge como uma forma da extensão rural dialogar com o campo, tendo em vista que parte-se do pressuposto que o empreendedorismo é um elemento dinamizador da competitividade.

Através do presente estudo pode-se constatar que os produtores rurais empreendem nos ramos das atividades que já trabalhavam e as quais já possuíam conhecimento, nenhum dos agricultores mudou de segmento para constituir a agroindústria. Eles foram adaptando a produção existente, modificando os processos produtivos de modo a adequar as normas legais e deram continuidade nas atividades que exerciam. Tal fato, demonstra a aversão ao risco dos empreendedores rurais, visto que empreenderam em segmentos que consideram mais seguros para eles e com menores incertezas em virtude de já possuir os saberes necessários para a produção.

Destaca-se que o produtor rural empreende na medida em que é possível de acordo com suas limitações, sejam climáticas, ambientais, econômicas, técnicas e institucionais. Tais limitações fazem com que o empreendedor no meio rural não possa ser comparado ao empreendedor no meio urbano uma vez que existem entraves locais que interferem no estabelecimento de ações empreendedoras. Assim, ao estudar o empreendedorismo rural o pesquisador deve ter em mente que trata-se de um ambiente particular que possui uma configuração familiar, tradicional, que devem ser levada em consideração, de modo que as características empreendedoras encontram-se em pequenas ações que modificam a dinâmica produtiva familiar mas que são de suma importância para a manutenção dos empreendimentos.

Com limitações desta pesquisa tem-se a carência de estudos sobre empreendedorismo rural no Brasil, o que dificulta a elaboração de uma revisão de literatura precisa acerca do tema. A falta de estudos acerca do perfil empreendedor dos produtores rurais também dificultou a elaboração de um instrumento de pesquisa que consiga detectar as características empreendedora destes agricultores, uma vez que, os instrumentos existentes são voltados para o meio urbano.

Como contribuição empírica desta pesquisa destaca-se a possibilidade de visualizar o comportamento empreendedor dos produtores rurais e seu impacto para a competitividade das agroindústrias familiares, de modo a identificar elementos positivos e negativos para a competitividade dos estabelecimentos. Tal constatação contribui para traçar estratégias

pontuais a fim de reduzir o impacto negativo dos elementos que se apresentaram como uma ameaça para a competitividade e potencializar os elementos identificados como favoráveis. O reconhecimento das variáveis que dificultam o processo de agroindustrialização ou que se mostram desfavoráveis frente à concorrência é fundamental para auxiliar os órgãos de interesse, tanto público quanto privado, a planejar ações de melhorias para o segmento das agroindústrias familiares e dessa forma, garantir a reprodução social e econômica das famílias envolvidas.

Como contribuição teórica tem-se a possibilidade de estudar um ambiente já explorado por diversos estudos através de um novo olhar – do empreendedorismo rural. Assim, a pesquisa fornece subsídios para conhecer o ambiente que as agroindústrias familiares rurais atuam por meio de uma corrente teórica em ascensão, a qual que auxilia na compreensão do comportamento dos produtores rurais em seu meio e o impacto destas ações para a competitividade dos estabelecimentos.

Sugere-se para pesquisas futuras a expansão do estudo acerca do comportamento empreendedor dos produtores rurais em outros setores do meio rural, como a produção de *commodities*, pecuária, turismo rural, entre outros, a fim de conseguir traçar um comparativo dos diferentes perfis empreendedores existentes na agropecuária brasileira. Sugere-se também, trabalhos que visem desenvolver um instrumento quantitativo para a identificação do perfil empreendedor dos agricultores. Por fim, propõem-se, trabalhos que visem estudar a presença da mulher na produção agroindustrial do meio rural, visto que através deste estudo visualiza-se que seu papel é fundamental para o desenvolvimento destes empreendimentos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALLEMAND, R. N. **Apostila sobre teoria comportamental empreendedora**, 2007. Disponível em: <http://www2.pelotas.ifsul.edu.br/ralleman/Apostila%20sobre%20Teoria%20Comportamental%20Empreendedora/Apostila%20sobre%20Teoria%20Comportamental%20Empreendedora.pdf>. Acesso em: 15 de abr. 2017.
- ARAUJO, E. G.; BAYON, M. C. Fatores socioculturais e o empreendedorismo dos jovens nas regiões rurais. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, São Paulo, v. 19, n. 64, p. 200-218, abr./jun. 2017
- ARBAGE, A. P. **Custos de transação e seu impacto na formação e gestão dos da cadeia de suprimentos**: estudo de caso em estruturas de governança híbridas do sistema agroalimentar no Rio Grande do Sul. 276 f. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande Sul, Porto Alegre, 2004.
- BADEJO, M. S. Tópicos de planejamento agroindustrial. In: RÉVILLION, J. P. P.; BADEJO, M. S. **Gestão e Planejamento de Organizações Agroindustriais**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2011.
- BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2014.
- BAIRWA, et al. Agripreneurship Development as a Tool to Upliftment of Agriculture. **International Journal of Scientific and Research Publications**, v. 4, n. 3, Mar. 2014.
- BARCELLOS, J. O. J; et al. **A empresa rural do século XXI no contexto do agronegócio brasileiro**, [S.L] 2010.
- BATALHA, M. O.; BUAINAIN, A. M.; SOUZA FILHO, H. M. Tecnologia de gestão e agricultura familiar. In: SOUZA FILHO, H. M.; BATALHA, M. O. (Orgs.). **Gestão integrada a agricultura familiar**. São Carlos: Edufscar, 2005.
- BELLETTI, G.; MARESCOTTI, A. Inovações econômicas em cadeias curtas de abastecimento alimentar. In: GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas**: negócios e mercados da agricultura familiar. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017.
- BRACHT, D. E.; WERLANG, N. B. Competências empreendedoras: uma investigação com produtores rurais catarinenses. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 4, n. 1, 2015.
- BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Política Agrícola. Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura. **Cadeia produtiva de produtos orgânicos**. BUAINAIN, A. M; BATALHA, M. O. (Coord.). Brasília: IICA; MAPA/SPA, 2007.
- CALICCHIO, A. C.; MARCONDES, R. C. Fatores relevantes de competitividade no negócio de consultoria de tecnologia da informação. **Gestão e Produção**. v. 23, n.3, p. 625-637, 2016.

CAMARANO, A. A. ABRAMOVAY, R. Êxodo rural, envelhecimento e masculinização no Brasil: panorama dos últimos cinquenta anos. **IPEA** – texto para discussão. 1999.

CELLA, D.; PERES, F. C. Caracterização dos fatores relacionados ao sucesso do empreendedor rural. **Revista de administração**, São Paulo, v.37, n.4, p.49-57, out./dez. 2002.

CHAVES, R. Q. et al. Tomada de decisão e empreendedorismo rural: um caso da exploração comercial de ovinos de leite. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, Taubaté, v.6, n. 3, p.3-21, set./dez. 2010.

CHIAVENATO, A. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor, 4 ed. Manole, 2012. 281 p.

CIPOLLA, F. GIMBA, R. **Vantagem Competitiva**: revisando as ideias de Michael Porter, 2009. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/vantagem-competitiva-revisitando-as-ideias-de-michael-porter/36860/>. Acesso em: 31 ago. de 2017.

COUTINHO, L. G., FERRAZ, J. C. (coord). **Estudo da competitividade da indústria brasileira**. Campinas, São Paulo: Papirus, 1993.

COSTA, F. J. Fatores de influência no interesse empreendedor: Uma análise junto aos estudantes de turismo. **Revista Brasileira de pesquisa em turismo**. v. 2, n. 4. 2008.

DALBIANCO, V. P. et al. Limites e potencialidades das agroindústrias familiares: O caso do município de Santa Rosa/RS. In: Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural, 2009, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: Sober, 2009. p.1-15.

DEGEN, R. J. **O empreendedor**: empreender como opção de carreira. Prentice-Hall do Brasil, 2009.

DEL ÁGUILA, F. C.; CHARLES, V.; DWYER, R. J. Measuring regional competitiveness through agricultural indices of productivity: the Peruvian case, **World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development**, V. 13, n. 2, p. 1- 17, 2017.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001. 299 p.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 6 ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016. 276 p.

DOTTO, F. **Fatores que influenciam a permanência dos jovens na agricultura familiar, no estado de Mato Grosso do Sul**. 2011, 113 f. Dissertação (mestrado em desenvolvimento local) – Universidade Católica Dom Bosco, Campo Grande, 2011.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**: práticas e princípios. São Paulo: Cengage Learning, 2015. 378 p.

FARINA, E.M.M.Q. Competitividade e coordenação de sistemas agroindustriais: um ensaio conceitual. **Revista Gestão e Produção**, São Paulo, v.6, n.3, p.147-161, 1999.

FAO – Food and Agriculture Organization of the United Nations. **Entrepreneurship in farming**. 2012.

FUNDAÇÃO DE ECONOMIA E ESTATÍSTICA (FEE). **Apresentação**. 2016. Disponível em: <<http://feedados.fee.tche.br/feedados/>>. Acesso em: 05 jul. 2016.

FERNANDES, D. M. M.; ENGEL, B. S. Agroindústrias familiares rurais: vantagens e desvantagens da legalização. **Revista Redes**. v. 21, n. 3, p.183 – 214, set./dez. 2016.

FERRAZ, J.C.; KUPFER, D.; HAUGUENAUER, L. **Made in Brazil**: desafios competitivos para a indústria brasileira. Rio de Janeiro: Campus, 1995.

FILHO, N. C.; MINUSSI, J.; SANTOS, P. C. F. Competitividade sistêmica de distritos industriais no desenvolvimento regional: uma comparação. **Revista FAE**, Curitiba, v.9, n.2, p.121-134, jul./dez. 2006.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, abr./jun. 1999.

FILION, L. J.; LAFERTÉ, S. Um roteiro para desenvolver o empreendedorismo. Tradução de: Fillion, L.J.; Lafetté, S. Carte routière pour un Québec entrepreneurial. Chaire d'entrepreneuriat Rogers – J.A.Bombardier. Rapport remis au Gouvernement du Québec. HEC Montréal: Dez. 2003.

GAFFURI, J. et al. **Empreendedores rurais como gestores de negócio para o provimento do desenvolvimento agrícola**. Seminário Nacional Estado e Políticas Sociais no Brasil, v. 2, 2005.

GAZOLLA, M. Cadeias curtas agroalimentares na agroindústria familiar: dinâmicas e atores sociais envolvidos. In: GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas**: negócios e mercados da agricultura familiar. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017.

GAZOLLA, M. **Conhecimentos, produção de novidades e ações institucionais**: cadeias curtas das agroindústrias familiares. 2012. 292 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

GAZOLLA, M.; PELEGRINI, G. As experiências familiares de agroindustrialização: uma estratégia de produção de novidades e de valor agregado. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 32, n. 2, p. 361-388, nov. 2011.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas S.A., 2008.

GIL A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas S.A., 2002.

GRAY, D. E. **Pesquisa no mundo real**. Porto Alegre: Penso, 2012.

GUEHLEN, I. Pesquisa, tecnologia e competitividade na agropecuária brasileira. **Sociologias**. v.3, n. 6, p.70 – 93, jul./dez. 2001.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERS, D. A. **Empreendedorismo**. 7 ed. Porto Alegre: Bookman, 2009. 664 p.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Jaguari**. 2016. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=431110&search=rio-grande-do-suljaguari>>. Acesso em: 05 jul. 2016.

KAKIMOTO, S. K. **Fatores críticos da competitividade da cadeia produtiva do ovo no Estado de São Paulo**. 2011. 156f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2011.

KORSGAARD, S. MÜLLER, S. TANVIG, H. W. Rural entrepreneurship or entrepreneurship in the rural: between place and spaceInternational. **Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**. v. 21 n. 1 p. 5 - 26, 2015.

KUPFER, D. Padrões de concorrência e competitividade. In: XX Encontro Nacional da ANPEC, Campos de Jordão, SP, 1992. **Anais...** Campos do Jordão: ANPEC, 1992.

LEITE, L. R.; MENEZES, E. A.; LEZANA, Á. G. R. Diagnóstico da condição empreendedora dos apicultores de Santa Catarina. In: Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural, 2009, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: Sober, 2009.

LIMA, C. C.; PARTELI, L. F.; LOSE, C. E. O empreendedorismo rural e a agroindústria familiar na gestão da atividade agropecuária em Rondônia. **Revista de Administração e Contabilidade – RAC**. v. 14, n. 27. p. 97 – 134, jan./jun. 2015.

LIMA, C. C., et al. Empreender na gestão agropecuária da Amazônia: o caso das agroindústrias familiares em Rondônia. **Revista Metropolitana de Sustentabilidade - RMS**, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 49-74, maio/ago. 2015.

LOPES, A. de O. **Gestão da produção**. Ijuí: Editora Unijuí, 2010.

MARTES, A. C. B. Weber e Schumpeter: a ação econômica do empreendedor. **Brazilian Journal of Political Economy**, v. 30, n. 2, p. 254-270, 2010.

MARTINS, D. R. **Processo de decisão e empreendedorismo: Um estudo com empreendedores da região oeste de Santa Catarina**. 2013, 97 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração). Fundação Pedro Leopoldo. Pedro Leopoldo. 2013.

MARTINS, E. S.; VAZ, C. dos S. Orientação empreendedora e sua associação com as capacidades dinâmicas: Um estudo em agroindústrias. In: XI Congresso Nacional de Excelência em gestão, 2015, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: 2015. p.1 - 22.

MATEI, A. P. **Os processos de inovação e as interações nas agroindústrias familiares em regiões do Brasil e da Itália**. 2015, 249 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2015.

McCLELLAND, D. C. **A sociedade competitiva: realização e progresso social**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972, 582 p.

MCELWEE, G.; SMITH, R. Researching rural enterprise. In Fayolle, A. (ed.) **Handbook of research on entrepreneurship: what we know and what we need to know**. Cheltenham: Edward Elgar [online], Cap.14, p. 432-470. 2014.

MELZ, L. J. **Competitividade da cadeia produtiva da carne de frango em Mato Grosso: avaliação dos segmentos de avicultura e processamento**. 2010. 208f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2010.

MENDONÇA, P. M. E. ALVES, M. A. Institutional entrepreneurship and professionalization of the rural development of the Sisal region in Brazil. **Revista Administração**. São Paulo. v. 47, n. 3, p. 489-499, jul./agos./set. 2012.

MINAYO, M. C. S. (Org.) **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2001.

MIOR, L. C. **Agricultores familiares, agroindústrias e território: A dinâmicas das redes de desenvolvimento rural no oeste Catarinense**. 2003. 316 f. Tese (Doutorado em Ciências Humanas) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2003.

MIOR, L. C. **Agricultura familiar, agroindústria e desenvolvimento territorial**. Colóquio Internacional de Desenvolvimento Rural Sustentável. Florianópolis, v. 22, 2007.

MONITOR, Global Entrepreneurship – GEM. **Empreendedorismo no Brasil**. Relatório Executivo, 2015.

MÜLLER, S. **Entrepreneurship and regional development – on the interplay between agency and contexto**. PhD thesis, Department of Business Administration, Aarhus University, Aarhus, 2013.

NETO, N. G. **Manter-se empreendedor após os sessentas anos motivação e desafios**. 2010. 112 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade Novos Horizontes, Belo Horizonte, 2010.

PEREIRA, S.; PAULA, R. M. A inovação tecnológica como ferramenta competitiva no agronegócio. In: XIII Encontro Latino de Iniciação Científica, IX Encontro Latino Americano de Pós-Graduação e III Encontro Latino de Iniciação Científica Junior; São José dos Campos: Universidade do Vale do Paraíba, **Anais...** 2009.

PETTAN, K. B. Análise comparativa do desempenho da competitividade das agroindústrias familiares do oeste de Santa Catarina em relação ao ambiente institucional. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**. v. 22, n. 3. p. 667 – 689. Set./dez. 2005.

POUPART, J. et. al. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. Petrópolis: Vozes, 2010.

PORTER, M. E. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

PORTER, M. E. **Estratégia Competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. 17. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

PREZOTTO, L. L. Uma concepção de agroindústria rural de pequeno porte. **Revista de Ciências Humanas**, Florianópolis, n. 31, p. 133-153, abr. 2002.

PREZOTTO, L. L. **Documento orientador sobre o SUASA**. Brasília, mar. 2013. Disponível em: < <http://www.cpimmoc.sc.gov.br/admin/uploads/documento-orientador-sobre-suasa-10-06-2016-09-21-43.pdf>>. Acesso em: 24 jun. 2017.

REBELATO, M. G.; MADALENO, L. L.; RODRIGUES, A. M. Um estudo sobre a aplicabilidade do just-in-time na fabricação do etanol. **Revista Produção Online**, Florianópolis, SC, v.12, n. 3, p. 703-728, jul./set. 2012.

RIO GRANDE DO SUL, **Lei nº 13.921/2012**. Institui a Política Estadual de Agroindústria Familiar no Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2012b. 4p. Disponível em: < <http://www.emater.tche.br/site/arquivos/agroindustria/Lei%2013.921.pdf>>. Acesso em: 23 jun. 2017.

RIO GRANDE DO SUL. Secretaria do Desenvolvimento Rural, Pesca e Cooperativismo. Programa de Agroindústria Familiar. **Manual Operativo**. Porto Alegre, jan, 2017d. 15 p.

SAGHEER S.; YADAV, S. S.; DESHMUKH, S. G. Developing a conceptual framework for assessing competitiveness of India's agrifood chain. **International Journal of Emerging Markets**, v. 4, n.2, p.137-159, 2009.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, P. B. **Metodologia de pesquisa**. São Paulo: McGrall-Hill, 2006.

SANTOS, A. B. A.; FAZION, C. B.; MEROE, G. P. S. Inovação: Um estudo sobre a evolução do conceito de Schumpeter. **Caderno de Administração. Revista da Faculdade de Administração da FEA**. São Paulo, v. 5, n. 1, 2011.

SANTOS, W. S.; SANTOS, A. L. C. Perfil dos empreendedores que atuam no turismo rural na microrregião de feira de Santana (BA). In: Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural, Fortaleza, 2006, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: Sober, p.1-15, 2006.

SCHNEIDER, S. GAZOLLA M. Seeds and Sprouts of Rural Development: Innovations and Nested Markets in Small Scale On-Farm Processing by Family Farmers in South Brazil. In: **Constructing a New Framework for Rural Development**. Published online, 2015 p. 127-156.

SCHULTZ, G.; ZANETTI, C.; WAQUIL, P. D. Análise da competitividade das cadeias produtivas agroindustriais. In: SCHULTZ, G.; WAQUIL, P. D. **Políticas públicas e privadas e competitividade das cadeias produtivas agroindustriais**, Porto Alegre: Editora UFRGS, 2011.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. 2. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

SEPULCRI, O.; TRENTO, E. J. **O mercado e a comercialização de produtos agrícolas**. Curitiba: Emater, 2010. 28 p.

SILVA, C. A.; BATALHA, M. Competitividade em Sistemas Agroindustriais: Metodologia e Estudo de Caso. In: II workshop Brasileiro de Gestão de Sistemas Agroindustriais, Ribeirão Preto, 1999. **Anais...** Ribeirão Preto, 1999.

SILVA, N. P. da.; FRANCISCO, A. C. de.; SILVA, M. C. G. da. A importância do empreendedor rural para capacitar, desenvolver e equacionar estrategicamente os recursos sustentáveis, gerando renda e qualidade de vida. **Revista e- Estudante**, v. 2, n. 2, 2010.

SOUZA, R. P.; BUAINAIN, A. M. A competitividade da produção de leite da agricultura familiar: os limites da exclusão. **Estudo Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, vol. 21, n. 2, p. 308-331, 2013.

SOARES, J. C. V. **O empreendedorismo em uma cadeia produtiva de leite: desenvolvimento de uma medida**. 2011. 269 f. Tese (Doutorado em Extensão Rural) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2011.

TOMEI, P. A.; LIMA, D. A. O empreendedor rural e a inovação no contexto brasileiro. In: XI Congresso Nacional de Excelência em Gestão, Rio de Janeiro, 2015. **Anais...** Rio de Janeiro, 2015.

VAN DUREN, E.; MARTIN, L.; WESTGREN, R. Assessing the Competitiveness of Canada's Agrifood Industry. **Canadian Journal of Agricultural Economics**, v. 39, n. 4, p. 727-739, dez., 1991.

VENTURINI, F. E. de O. **Relações Colaborativas e Redes Socioprodutivas: um estudo sobre os produtores de vinho artesanal do Chapadão – Jaguari – RS – Brasil**. 2014. 120 f. Dissertação (mestrado em Extensão Rural) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2014.

VIEIRA, R. M. Teoria da firma e inovação: Um enfoque neo-shumpeteriano. **Cadernos de Economia**, Chapecó, v. 14, n. 27, p. 36-49, jul./dez. 2010.

VILLANUEVA, et al. Perfil Empreendedor de los pequenos empresarios agropecuarios en el Valle de Puebla, México. **Entramado**. v. 8, n. 1, Enero/junio, 2012.

WEZ JUNIOR, V. J. O Programa de Agroindustrialização da Agricultura Familiar no Brasil: elaboração, implementação e resultados alcançados. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional - G&DR**, v. 8, n. 3, p. 3-23, set./dez. 2012.

WESZ JUNIOR, V. J.; TRENTIN, I. C. L.; FILLIPI, E. E. Os reflexos das agroindústrias familiares para o desenvolvimento das áreas rurais no Sul do Brasil. **Cuadernos de Desarrollo Rural**, Bogotá, Colombia, v. 6, n. 63, p. 59-85, jul./dez. 2009.

YIN, R. K. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. Bookman editora, 2015.

ZAMPETAKIS, L. A.; KANELAKIS, G. Opportunity entrepreneurship in the rural sector: evidence from Greece. **Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship**. v. 12 n. 2 p. 122 – 142, 2010.

ZANELLA, C., et al. Competitividade em cadeias produtivas: uma análise bibliométrica a partir dos periódicos capes. **Qualitas Revista Eletrônica**. v.17, n.1, jan./mar. 2016.

ANEXO A

ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMI ESTRUTURADA

Empreendedor:

- 1) Sexo () F () M
- 2) Idade:
- 3) Escolaridade:
- 4) Naturalidade:

Empreendimento:

- 1) Localização da agroindústria: _____
- 2) Tempo de existência da agroindústria: _____
- 3) Força de trabalho usada (familiar, contratada): _____
- 4) Situação institucional: _____
- 5) Tipos de produtos produzidos: _____
- 6) Outras atividades desenvolvidas pela família: _____
- 7) Área da propriedade: _____

Empreendedorismo:

- 8) O que o (a) senhor (a) produzia, vendia antes de agroindustrializar?
- 9) Como surgiu a agroindústria?
- 10) Qual a importância da agroindústria para a família atualmente?
- 11) Ocorreu melhoria na autonomia da família com a agregação de valor dos produtos?

Fatores de competitividade

A) Gestão da firma

- 12) Você planeja as atividades antes de realiza-las? Estipula alguma meta?
- 13) Como você faz o controle financeiro e de produção da agroindústria?

B) Comercialização

- 14) Como é feita a comercialização de seus produtos? Tem alguma dificuldade para

comercializar?

- 15) Você tem auxílio de alguma entidade para comercializar os produtos?
- 16) Como é feita o transporte dos produtos comercializados?
- 17) Como que é a relação com seus clientes? São clientes fidelizados que compram seguidamente ou geralmente são clientes novos?
- 18) Quais as principais dificuldades em atrair clientes?

C) estrutura de mercado

- 19) Existe muita concorrência para seus produtos no município?
- 20) Você começou a produzir novos produtos nos últimos anos? Se sim, qual motivo e quais os benefícios que isso proporcionou?
- 21) Pretende ampliar a produção? Acredita que exista demanda para o aumento da produção?

D) insumos

- 22) Na região se consegue com facilidade pessoas para trabalhar?
- 23) O que você acha do custo da mão-de-obra?
- 24) Mais ou menos quantos fornecedores você tem?
- 25) São fornecedores fidelizados ou você troca frequentemente?

E) tecnologias

- 26) Quais as principais tecnologias utilizadas?
- 27) Houve mudança nas tecnologias utilizadas desde o início da atividade agroindustrial? Qual mudança? Qual o motivo?
- 28) Em relação aos equipamentos empregados no processo produtivo, você acredita ser suficiente ou precisam ser melhorados?
- 29) Qual é a maior dificuldade em adquirir novos equipamentos? Fornecedores, custo elevado, dificuldade em conseguir financiamento ou pensa que não tem necessidade de adquirir.
- 30) Você recebe alguma assistência técnica quando necessário? Se sim, de quem?

F) Ambiente Institucional e Organizacional

- 31) O que levou você a legalizar sua agroindústria?
- 32) Quando legalizou a agroindústria algum órgão lhe ajudou neste processo?

- 33) Você paga algum tributo? Se sim, quais? Acredita que o pagamento de tributos dificulta a agroindustrialização?
- 34) A agroindústria recebe algum tipo de inspeção? É rígida? Com que frequência?
- 35) Qual a sua opinião sobre as exigências legais para manter sua agroindústria em funcionamento?
- 36) Quais os benefícios que a legalização lhe oferece?
- 37) Você utiliza alguma política para conseguir custeios, financiamentos? Se sim, qual política e para qual finalidade?

G) Fatores ambientais

- 38) As chuvas ou secas afetam muito sua produção? Quais os principais problemas enfrentados com o clima?
- 39) Além do clima quais outros fatores que podem prejudicar a sua produção de matéria-prima? Exemplo: pragas, uso de agrotóxicos nas propriedades próximas etc.

Gerais

- 40) Quando você precisa de alguma informação relacionada a agroindústria onde você procura?
- 41) Você prefere manter o modo de produzir atual ou prefere aprender coisas novas?
- 42) Em algum momento você já pensou em desistir da agroindústria?
- 43) Quando algo não sai como você planejou, o que você faz?
- 44) Você assume riscos para expandir seu negócio (aumentar a produção, financiamentos)?
- 45) Como gestor da agroindústria, quais melhores habilidades? Quais pontos acredita que deve ser melhorado para manter o empreendimento com gestor?
- 46) De modo geral, o que você acha que é um ponto forte da sua agroindústria? E o que acha que é um ponto fraco da sua agroindústria?
- 47) Quais as principais dificuldades encontradas?
- 48) Qual o conselho você daria para quem pretende abrir uma agroindústria hoje?
- 49) Conceituar empreendedorismo – o que significa empreendedorismo para o (a) senhor (a)?
- 50) Você se considera empreendedor? Porque?
- 51) Qual a sua receita mensal na agroindústria? Qual é o seu custo mensal?