

**UNIVERSIDADE DO OESTE DE SANTA CATARINA – UNOESC
CAMPUS DE VIDEIRA
ESPECIALIZAÇÃO MBA EM GESTÃO FINANCEIRA E CONTROLADORIA**

DIANA SCORTEGAGNA

LIDERANÇA, GESTÃO E EMPREENDEDORISMO PARA JOVENS RURAIS

**VIDEIRA, SC
2014**

DIANA SCORTEGAGNA

LIDERANÇA GESTÃO E EMPREENDEDORISMO PARA JOVENS RURAIS

**Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado á UNOESC, como parte
dos requisitos para obtenção do grau
de especialista em MBA em Gestão
Financeira e Controladoria**

Orientador: Ms. Ildo Fabris

**VIDEIRA, SC
2014**

FOLHA DE APROVAÇÃO

DIANA SCORTEGAGNA

LIDERANÇA, GESTÃO E EMPREENDEDORISMO PARA JOVENS RURAIS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado á
UNOESC, como parte dos requisitos para obtenção
do grau de especialista em MBA em Gestão Financeira
e Controladoria

Aprovado em ____/____/____

PROFESSOR AVALIADOR

Prof.: Avaliador: Ildo Fabris

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer, em primeiro lugar, a Deus, por ter me possibilitado vencer mais esta etapa em minha jornada, sempre me guiando e dando-me forças para seguir, sempre com a cabeça erguida e pés no chão, por maiores que fossem as intempéries no caminho.

Agradeço também a todos os professores que me acompanharam durante a especialização, em especial ao Prof. Ildo Fabris, responsável pela realização desse trabalho.

Dedico esta, bem como todas as minhas demais conquistas, aos meus amados pais Waldir e Diva Gema Anzanello Scortegagna e a meu irmão Danimar Scortegagna, são a base de minha vida, e que sempre me deram forças para continuar nessa luta.

A você, minha prima, minha irmã, Renilde Scortegagna, que se não fosse sua persistência, paciência e dedicação eu não tinha feito esse curso de especialização, juntamente é claro com a bolsa que recebi.

E não poderia deixar de agradecer a meu marido, Roberto Junior Gaspar Lesniesky, e minha filha Letícia Ariane Scortegagna Lesniesky, pessoas com quem amo partilhar a vida. Obrigado pelo carinho, a paciência e atenção nesses dias de correria. Agradeço mais uma vez a você, meu marido, Roberto, por ter me ensinado a crescer, tanto intelectual quanto humano, ao longo desses quase oito anos juntos.

EPÍGRAFE

*“O maior líder é aquele que reconhece sua
pequenez, extrai força de sua humildade e
experiência da sua fragilidade.”*

Augusto Cury

RESUMO

O estudo proposto visa identificar a Liderança, Gestão e Empreendedorismo para Jovens Rurais, possibilitando a construção de conhecimentos nas áreas de liderança, empreendedorismo, sustentabilidade ambiental, inclusão digital e redes sociais, formação profissional tecnológica, turística e ambiental, gestão administrativa e financeira da propriedade rural.

Pretende-se então, proporcionar motivação para que os jovens possam definir suas atividades profissionais e optar pela permanência no campo, com viabilidade social e econômica.

Para atingir o objetivo, será feito a pesquisa bibliográfica dos assuntos a serem tratados no trabalho, aplicado um questionário com alguns produtores rurais do município de Tangará, será feita uma seleção de alguns para acompanhamento das atividades desenvolvidas na propriedade no início e ao término desse trabalho.

Justifica-se então aplicabilidade do curso na sua área de atuação e quanto à relevância da área de conhecimento para o desenvolvimento científico e tecnológico da sua região, para que se possa estimular a liderança com espírito empreendedor e de sustentabilidade; fortalecer o espírito de solidariedade e de inovação; desenvolver iniciativas que agreguem valores aos produtos, serviços e espaços, potencializando e criando alternativas de renda, lazer e cultura com cidadania no campo; abris novos horizontes através de tecnologias de produção. De gestão ambiental e de turismo; ampliar a identidade da agricultura familiar; oportunizar a inserção de jovem no mundo digital e nas redes sociais; valorizar os saberes locais e técnico-científicos.

Palavras-chaves: Liderança. Gestão. Empreendedorismo. Sustentabilidade.

LISTAS DE TABELAS

Tabela 1 - Isso é executar ou administrar?	22
Tabela 2 - Mentalidade empreendedora - grupo de países.....	41
Tabela 3 - Mentalidade empreendedora - Brasil e regiões.....	41
Tabela 4 - Mentalidade empreendedora segundo estágio: proporções, Brasil .	42
Tabela 5 - Pesquisa do agronegócio	55
Tabela 6 - Dados da Agricultura Familiar	57
Tabela 7 - APP mata ciliar de beira de rio	78
Tabela 8 - APP consolidada no entorno das nascentes e dos olhos d'água perenes.....	78
Tabela 9 - APP consolidada no entorno dos lagos e lagoas naturais.....	78
Tabela 10 - Áreas de preservação permanente - não consolidadas ou exploradas.....	79

LISTAS DE FIGURAS

Figura 1 - Principais traços de comportamento do empreendedor.....	36
Figura 2 - O processo empreendedor segundo definições adotadas pelo GEM	40
Figura 3 - O cenário de negócios em mutações e suas consequências para o fator liderança.....	50
Figura 4 - Integrantes do Morro Agudo Moto Clube	85
Figura 5- Vale do Vinho Off Road	86
Figura 6 - Rancho Moinho Velho.....	87
Figura 7 - Sítio São Pedro	88

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 Problema de pesquisa.....	13
1.2 Objetivos	14
1.2.1 Objetivo Geral	14
1.2.2 Objetivos Específicos	14
1.3 Justificativa.....	15
1.4 Estrutura do Trabalho.....	15
1.5 Metodologia.....	16
1.6 Delimitação da Pesquisa.....	16
1.4 Questões de Pesquisa	16
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	18
2.1 O Administrador	18
2.1.1 Administrar ou Executar	20
2.1.2 Comportamento Organizacional.....	Erro! Indicador não definido. 25
2.1.2.1Capital Humano.....	26
2.1.2.2 Capital Social	28
2.1.3 Ética, Cidadania e Gênero	Erro! Indicador não definido. 9
2.2 Empreendedorismo.....	32
2.2.1Perfil do Empreendedor.....	35
2.2.2 Empreendedorismo no Brasil	39
2.2.3 A Nova face do Empreendedor	44
2.2.4 Mulheres Empreendedoras	46
2.2.4.1 Congresso de Mulher Empresária.....	48
2.3 Liderança.....	49
2.3.1 Teoria dos Traços	52
2.3.2 Teoria Comportamental.....	52
2.3.3 Teoria das Contigências.....	53
2.3.4 Agronegócio	53
2.4 Campo Fertil.....	55
2.4.1 Extensão Rural.....	59
2.5 Agricultura Familiar	63

2.5.1 Comunicação Rural	64
2.5.2 Inclusão Digital em Comunidades Rurais.....	66
2.5.3 Iniciativas de Projeto de Inclusão Digital	70
2.6 Sustentabilidade.....	72
2.6.1 Novo Código Florestal Brasileiro	74
2.6.1.1 Áreas Consolidadas - produzindo	75
2.6.1.2 Reserva Legal (RL)	76
2.6.1.3 Reserva Legal (RL) – Área Consolidada (em produção).....	76
2.6.1.4 Reserva Legal (RL) – não consolidada(não explorada)	76
2.6.1.5 O Que são Áreas de Preservação Permanente (APP).....	77
2.6.1.6 Áreas de Preservação Permanente (APP) - produzindo	77
2.6.1.7 Área de Preservação Permanente – não consolidada	79
2.7 Turismo Rural.....	79
2.7.1 Turismo Rural em Tngará.....	84
2.7.1.1 Lazer	85
2.7.1.2 Hospedagem	86
3 CONCLUSÃO	89
REFERÊNCIAS.....	ERRO! INDICADOR NÃO DEFINIDO.90

1 INTRODUÇÃO

É crescente o entendimento entre os estudiosos do mundo rural que, apesar dos significativos avanços científicos e tecnológicos relativos à produção agropecuária e de nossa capacidade de aumentar a produção e a produtividade agrícola, estivemos pouco atentos, principalmente durante o auge do projeto modernizante da agricultura, às indesejadas consequências sociais e ambientais de nossas realizações. O momento atual é de refletir sobre essas consequências e traçar opções teóricas e políticas para enfrentar desafios, tais como a crescente necessidade de alimentos por parte da população mundial e, em paralelo, a necessidade de desenvolver formas ambientalmente sustentáveis de praticar agricultura. De acordo com o relatório do *International Assessment of Agricultural Knowledge, Science and Technology for Development* (IAASTD) (2009), a redução da fome e da pobreza, a melhoria da qualidade de vida e da saúde humana no meio rural e o desenvolvimento sustentável são metas que precisam ser alcançadas o mais breve possível.

Não restam dúvidas que o papel da ciência e da tecnologia é fundamental para que a humanidade consiga fazer frente ao desafio de alimentar uma população que se estima em 9 bilhões de habitantes em 2050. A questão que se coloca, no entanto, é se o formato tecnológico desenvolvido e disseminado no pós-Segunda Guerra Mundial, e que logrou uma elevação sem precedentes nos volumes de produção e na produtividade dos fatores, será capaz de atender a esse objetivo.

Ou seja, o modelo de produção agroalimentar que nasceu e se difundiu a partir da chamada “Revolução Verde” foi capaz de aumentar a produção de alimentos, mas as circunstâncias e as condições em que isso ocorreu se modificaram, e no século 21 novos desafios se interpõem. Por um lado, assiste-se a um deslocamento da produção científica e tecnológica da

alçada do Estado e das instituições públicas para as companhias privadas, em geral multinacionais.

Por outro, modificam-se as próprias concepções sobre a produção e difusão de conhecimentos, com a valorização de processos de interação entre cientistas e usuários, alterando-se os padrões de controle e regulação sobre os objetos investigados e os efeitos das descobertas alcançadas.

No que se refere à agricultura e ao novo mundo rural, o aspecto mais interessante desse novo contexto, em que a produção de conhecimento está inserida, refere-se à necessidade de se considerar os efeitos sociais e ambientais das tecnologias e o compromisso da produção do conhecimento com a sustentabilidade. Em sociedades cada vez mais reflexivas, a preocupação com as questões sociais e com os problemas ambientais torna-se condicionante para a intervenção (GIDDENS et al., 1997). Nesse sentido, é que emerge a preocupação com o desenvolvimento de formatos tecnológicos capazes de viabilizar uma base de produção econômica que não prejudique as condições sociais e ambientais em que vivem e produzem as famílias de agricultores.

Mesmo que as críticas e os limites do padrão de produção predominante no rural e das trajetórias tecnológicas⁴ associadas sejam identificados e reconhecidos, principalmente no que se refere a algumas inadequações para uso na agricultura familiar, ainda não há um consenso a respeito de qual poderia ser o caminho alternativo para a produção de conhecimentos e de inovações na agricultura e no mundo rural. No Brasil, pode-se enumerar como exemplos de experiências que buscam romper com modelos tradicionais de produção de conhecimentos e de tecnologias as metodologias participativas que vêm sendo utilizadas pela extensão rural desde os anos de 1980, a construção coletiva de estratégias de convivência do agricultor nordestino com as secas no semiárido e os resultados dos projetos de microbacias do oeste do Paraná (PARRON ET al., 2008).

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Como desenvolver um projeto de pesquisa que demonstre meios pelos quais, jovens possam liderar, gerir e desenvolver o empreendedorismo na atividade rural (no campo)?

1.2 OBJETIVOS

O objetivo deste trabalho é proporcionar motivação para que os jovens possam definir suas atividades profissionais e optar pela permanência no campo, com viabilidade social e econômica.

1.2.1 Objetivo Geral

Identificar a liderança, gestão e empreendedorismo para jovens rurais, possibilitando a construção de conhecimentos nas áreas de liderança, empreendedorismo, sustentabilidade ambiental, inclusão digital e redes sociais, formação tecnológica, turística e ambiental, gestão administrativa e financeira da propriedade rural.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Demonstrar meios de estimular a liderança com espírito empreendedor e de sustentabilidade.
- Fortalecer o espírito de solidariedade e de inovação.
- Desenvolver iniciativas que agreguem valores aos produtos, serviços espaços, potencializando e criando alternativas de renda, lazer e cultura com cidadania no campo.
- Descrever os meios de como oportunizar a inserção do jovem no mundo digital e nas redes sociais.
- Abordar novos horizontes através de tecnologias de produção, de gestão ambiental e de turismo.
- Valorizar os saberes locais técnico-científicos.
- Demonstrar meios de consolidação da consciência ambiental nos processos produtivos, no lazer e na cultura local.

- Ampliar a identidade da agricultura familiar.

1.3 JUSTIFICATIVA

O tema “Liderança, Gestão e Empreendedorismo para Jovens Rurais” foi escolhido devido ao pequeno número de jovens que ainda estão no meio rural, fazendo com que permaneçam e valorizem o que já está construído.

O empreendedorismo para os jovens rurais pode ser um grande aliado na educação, permitindo a formação de agentes transformadores aptos a modificar os caminhos incertos permitindo ampliar fronteiras sem agredir o ambiente.

Fazer com que o jovem busque sempre a inovação explorando com sucesso as novas idéias fortalecendo o espírito de solidariedade.

É cada vez mais necessário meios para despertar o interesse do jovem pela agricultura familiar para que possam crescer num cenário de desenvolvimento. Mostrar que mesmo estando no meio rural, os jovens devem sempre estar informados e atualizados do que acontece na região e no mundo através do meio digital e de redes sociais .

Buscar novas tecnologias e até desenvolver outras atividades rentáveis para a propriedade, como o turismo rural.

Apesar de toda informação repassada pelos pais, há grande necessidade de estar sempre a par das novidades e mudanças que outras pessoas ou meios de comunicação venham a nos oferecer.

Desenvolver meios produtivos no lazer e na cultura de uma maneira para que não agrida o meio em que vivemos.

Valorizar a agricultura familiar pois é um segmento que preserva as crenças, costumes e valores tanto relacionamento no meio social tanto no trabalho.

1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO

O presente trabalho está estruturado em cinco capítulos: 1. Introdução; 2. Fundamentação Teórica; 3. Metodologia; 4. Conclusão; e 5. Referências.

No primeiro capítulo, apresenta-se a introdução sendo expostas todas as orientações iniciais do trabalho. O tema está sendo apresentados, assim como o problema de pesquisa, os objetivos e a justificativa.

No segundo capítulo, evidencia-se o capítulo da Fundamentação Teórica. É neste capítulo que estão inseridas as teorias que se relacionam com o tema.

No terceiro capítulo, está exposta a Metodologia de tal maneira que seja possível a compreensão do método de pesquisa.

No quarto capítulo, encontra-se um breve relato sobre os resultados da pesquisa.

No quinto capítulo, as referências que representam as fontes de pesquisas bibliográficas utilizadas.

1.5 METODOLOGIA

Para elaboração deste trabalho, foram realizadas pesquisas através livros e internet e consulta de relatórios, com o propósito de desenvolver a liderança, gestão e o empreendedorismo dentro das familiares rurais em nível de país e estado.

1.6 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA

O estudo terá sua delimitação caracterizada como pesquisa bibliográfica. Cervo e Bervian (1983, p. 55 apud Beuren, 2003, p. 86) definem a pesquisa bibliográfica como:

Aquela que explica um problema a partir de referências teóricas publicados em documentos. Pode ser realizada independentemente ou como parte da pesquisa descritiva ou experimental. Ambos os casos buscam conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado existentes sobre um determinado assunto, tema ou problema.

Para alcançar os objetivos deste trabalho faz-se necessário efetuar pesquisas bibliográficas a respeito da agricultura familiar, comunicação, novo código florestal, turismo rural no geral e no município de Tangará, sustentabilidade, inclusão digital no meio rural, empreendedorismo em um todo, participação da mulher empreendedora.

1.7 QUESTÕES DE PESQUISA

Como fazer com que o jovem busque sempre a inovação explorando com sucesso as novas ideias fortalecendo o espírito de solidariedade?

Quais os meios de oportunizar a inserção do jovem no mundo digital e nas redes sociais?

Quais os meios de estimular a liderança com espírito empreendedor e de sustentabilidade?

Como desenvolver iniciativas que agreguem valores aos produtos, serviços espaços, potencializando e criando alternativas de renda, lazer e cultura com cidadania no campo?

Como ampliar a identidade da agricultura familiar?

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo estão inseridos os principais conceitos teóricos, necessários para o desenvolvimento deste trabalho. Iniciando-se na área de liderança e empreendedorismo, onde será enfatizado a inclusão digital, práticas integradoras de lazer e de autoconhecimento, em seguida será abordado novas oportunidades econômicas e ambientais voltadas ao emprego e á renda em meio á produção agrícola e não agrícola, e por fim ressalta a gestão de negócios da propriedade e do ambiente, considerando as potencialidades regionais.

2.1 O ADMINISTRADOR

Segundo Loen, 1980, p. 26, “administrar pode ser definido como planejamento, direção e controle das atividades de subordinados para alcançar ou superar objetivos”.

Um importante autor Aktouf (1996, p. 15 apud ADMINISTRAÇÃO...([entre 2005 e 2008]) p.06) assegura que “a situação global atual, inquietante, é a consequência de decisões dos administradores”. Outro autor, Chanlat (1985, p. 19 apud ADMINISTRAÇÃO... ([entre 2005 e 2008]) p. 06 constata que “os administradores são objeto de contundentes ataques”. Segundo ADMINISTRAÇÃO... ([entre 2005 e 2008]), p. 06 faz algumas perguntas sobre os autores citados: “Será que eles são contra os administradores? Ou ele não gosta de nós, que queremos ser administradores? Puxa, seremos assim tão fortemente avaliados pelas pessoas quando nos formamos em Administração? Esta profissão é realmente tão importante quanto inúmeros autores falam?”

Bom, a administração é o conjunto de quatro funções: planejamento, organização, direção e controle. Cada uma delas exige conhecimentos, experiências e muita garra. Antes de mais nada, um administrador precisa ter capacidade de liderar pessoas, de influenciar equipes e de obter resultados através de terceiros. Precisa saber delegar, ou seja, dar responsabilidade aos outros, para que eles façam o seu nome. O administrador é alguém que gerencia pessoas e que tem objetivos a cumprir, através de pessoas e em nome dos proprietários.

A sociedade é muito exigente com os administradores, pedindo para que eles tenham bom senso, visão geral da situação, formação técnica e científica, ter competência para realizar, capacidade para compreender as pessoas.

Primeiramente, o administrador, deve ter bom senso para estabelecer projetos seguros, planejar o futuro da organização, se ele organiza os recursos para realizar o seu planejamento, se ele dirige pessoas deve ter bom senso para liderá-las, distinguir o erro do acerto e tomar as medidas necessárias para refazer o plano e torna-lo adequado.

Senso significa juízo, tino, capacidade de julgar, de raciocinar, de entendimento. “Bom” diz-se daquele que possui todas as qualidades próprias à sua natureza ou função. Portanto, bom senso é alguém com grande capacidade de avaliar e de entender as coisas em toda a sua grandeza. (Dicionário Michaelis)

“O administrador necessita, também, ter uma visão geral da situação. Ele deve lidar com pessoas (...) deve ter atitudes de líder (...) seu sentido de economia de ser amplo (...) ele precisa ter sólidos conceitos de responsabilidade social(...)” é isso o que afirma ADMINISTRAÇÃO... ([entre 2005 e 2008]), p. 07.

Ao administrar ele precisa compreender como as pessoas reagem ao receber ordens. Quando o administrador sabe qual é o esforço necessário para uma ação que deseja das pessoas, suas determinações se assentam em bases sólidas, em conhecimento de causa.

Ter competência para realizar, isso também o administrador deve ter; analisando com consciência as organizações, de maneira crítica para promover as transformações ou adequações corretas. “As organizações desejam pessoas pró-ativas, que buscam crescer com solidez e fazer a empresa atingir novos degraus na sua posição de mercado” é o que diz ADMINISTRAÇÃO... ([entre 2005 e 2008]), p. 07.

O administrador precisa ter capacidade para compreender as pessoas, permitindo-lhe atuar em equipe e as suas necessidades de crescimento e desenvolvimento . Fayol, em 1990 apud ADMINISTRAÇÃO ([entre 2005 e 2008]) p. 07, disse em discurso a engenheiros: “Vosso futuro dependerá muito de vossa capacidade técnica, mas dependerá mais ainda da vossa capacidade administrativa.[...] Saber lidar com os homens é [...] uma necessidade imediata.”

2.1.1 Administrar ou executar

Pode ser que você pense que é um bom em administração; pode ser que você talvez se sobressaia em certas fases da administração; e pode ser que você não consiga distinguir claramente entre o que é administrar e o que é executar (não-administrar) em seu emprego específico. (LOEN, 1980, p. 15).

A maioria dos administradores tem a mesma dificuldade. Não sabem o que é o administrar e o executar. Em certos momentos da organização, que o administrador deveria administrar mais e executar menos.

Há pelo menos cinco razões por que você executa em vez de administrar. Estas são razões por que você pode distinguir claramente entre tarefas administrativas e tarefas executivas, afirma Loen, 1980, p. 22:

1. *Você se sobressaia como executante.* A maioria das pessoas sente-se segura no que está fazendo. Elas em geral sentem-se mais

seguras quando estão desempenhando as atividades que gostam e que sentem fazer bem. Se você se sobressai como executante é perfeitamente natural que goste e saiba como trabalhar bem - especialmente se passou um número suficiente de anos como executante, criando hábitos arraigados.

2. *Você se considera mais um líder do que um administrador.*

Não há dúvida de que tem sido exposto, inúmeras vezes, à idéia de que um administrador deve ser um líder. Mas deve sê-lo? Isso depende do seu conceito de líder. Muitos administradores vêem um líder como alguém que lidera e tem seguidores. Eles o encaram como alguém que transpira sabedoria, toma grandes decisões, soluciona os problemas de seu pessoal, supera-o em seus desempenhos e é capaz de fazer qualquer coisa que peça a seu pessoal – como o segundo tenente que conduz seus homens à batalha. Eles o encaram como alguém capaz de inspirar confiança em seus seguidores.

3. *Você tem uma importante responsabilidade de execução.*

Todo administrador deve realizar algumas atividades de execução em geral porque não há ninguém para fazê-las. Mas o administrador mete-se em apuros quando esquece da sua responsabilidade administrativa. Este é um problema de quem tem importantes responsabilidades de execução. É um problema especificamente seu, caso seja responsável pela obtenção de resultados através dos seus subordinados [...].

4. *Seu treinamento anterior pode ser perturbador.*

Muitos dos cursos e programas de administração de hoje estão mais interessados na tecnologia funcional do *marketing*, produção, contabilidade, finanças, engenharia, pessoal, relações industriais, relações públicas ou direito, do que na maneira como um administrador consegue resultados através do seu pessoal. Outros cursos e programas de administração giram em torno dos instrumentos e técnicas de administração, tais como computadores, pesquisa operacional, análise de vetor PERT (Program Evaluation and Review Technique), métodos de engenharia e instrução programada. É de espantar que os administradores tenham dificuldades em distinguir o que seja administrar?

5. *Seu patrão pode ser um executante.*

Se seu patrão passa a maior parte do tempo em atividades de execução, você tem um modelo medíocre para imitar – admitindo-se que queira ser um administrador eficiente.

Para piorar as coisas, ele talvez espere que você aborde sua tarefa administrativa da mesma forma que ele.

Então, segundo Loen, 1980, p. 26:

Administrar pode ser definido como planejamento, direção e controle das atividades de subordinados para alcançar ou superar objetivos. Ele ocorre em qualquer nível de responsabilidade de uma organização qualquer sempre que um administrador está procurando obter resultados através dos seus empregados.

Tabela 1 - Isso é executar ou administrar?

Administrar	Executar	
		1. Visitar um de seus empregados para ajuda-lo na solução de um problema técnico.
		2. Assinar um cheque para aprovar uma despesa rotineira.
		3. Fazer a entrevista inicial de seleção de um candidato a um emprego.
		4. Dar a um de seus empregados experientes a sua solução para um novo problema sem lhe pedir opinião.
		5. Dar sua solução a um problema rotineiro sobre o qual um novo membro da sua equipe acaba de perguntar.
		6. Realizar uma reunião para explicar um novo método ao seu pessoal.
		7. Telefonar um departamento para pedir ajuda na solução de um problema que um de seus empregados está tentando resolver.
		8. Preencher um formulário para dar um aumento salarial a um de seus empregados.
		9. Explicar a um de seus empregados por que ele está recebendo um aumento salarial por mérito.
		10. Decidir se deve acrescentar um cargo.
		11. Perguntar a um de seus empregados o que ele acha de uma ideia que você teve e que afetará seu pessoal.
		12. Transferir um encargo do Empregado A para o empregado B porque o Empregado a não lhe dedicou o esforço necessário.
		13. Revisar os relatórios de rotina para determinar o progresso do seu

		peçoal rumo a seus objetivos.
		14. Relatar, ao seu superior, pelo telefone, o desenvolvimento do trabalho.
		15. Acompanhar um visitante importante estranho a sua organização.
		16. Desenhar um <i>layout</i> melhorado do equipamento.
		17. Discutir com o seu peçoal-chave de que maneira deverá usar os serviços da equipe no decorrer do próximo ano.
		18. Decidir qual será seu orçamento e despesas para sua área de responsabilidade.
		19. Comparecer a uma reunião profissional para se informar de progressos técnicos.
		20. Fazer uma palestra sobre suas atividades a um grupo da comunidade local.

Fonte: Loen, 1980.

Em resposta da Tabela 4, Leon, 1980, afirma que:

1. *Executar*. A finalidade declarada da visita  ajudar a resolver um problema técnico em lugar de desempenhar elementos administrativos como treinamento ou supervisão.

2. *Executar*, por duas razões. Assinar cheques  uma função burocrática ou mecânica; a aprovação de despesas rotineiras geralmente deveria ser delegada com um procedimento definido e revisto numa auditoria ocasional.

3. *Executar*. Trata-se de uma função do setor de peçoal. Decidir-se se devo contratar alguém depois de se ter feito o recrutamento, cadastramento e seleção, seria formação do quadro de peçoal, um elemento de administração.

4. *Executar*. Isso não é administrar a menos que você pelo menos peça ao seu subordinado a solução que ele recomenda.

5. *Administrar*. Isso é supervisionar ou treinar, já que um novo empregado está envolvido. Um novo empregado teria pouca ou nenhuma base para sugerir uma solução para qualquer problema de trabalho – rotineiro ou novo.

6. *Administrar*. Isso  treinamento.

7. *Executar*. A finalidade de seu telefonema não é obter resultados através do seu subordinado, e sim para ele.

8. *Executar*. O preenchimento do formulário é trabalho burocrático. Instruir a sua secretria para preencher o formulário seria administrar porquanto isso seria delegação.

9. *Administrar*. Isso é motivação.
10. *Administrar*. Isso é desenvolver sua estrutura de organização.
11. *Administrar*. Isso é comunicar para fins de planejamento de uma política, procedimento, programa etc. Também seria uma forma de motivação se seu propósito fosse o de obter participação agora como preparação para obter aceitação mais tarde.
12. *Administrar*. Isso é corrigir - tomar medida de controle corretivo. Também seria a parte disciplinadora da supervisão.
13. *Administra*. Esta é a parte de medição do controle.
14. *Administrar*. Isso é comunicar para fins de controle – supondo-se que você o faça para receber possíveis instruções e orientações. Do contrário, é simples comunicação que qualquer um faz, quer seja ou não um administrador.
15. *Executar*. Esta é uma função de relações públicas. Você está executando porque não está tentando obter resultados através do seu pessoal.
16. *Executar*. Você talvez tenha de fazê-lo se não tiver ninguém para isso, mas esta é uma função especializada de engenharia ou de sistemas e métodos que pode ser desempenhada por uma pessoa.
17. *Administrar*. Você está desenvolvendo o seu programa, quando considera quais os recursos que seu pessoal deveria utilizar para alcançar ou superar objetivos.
18. *Administrar*. Você está planejando: desenvolvendo seu orçamento. O preparo do orçamento na sua forma adequada seria trabalho burocrático, uma atividade de execução.
19. *Executar*. A finalidade declarada do seu comparecimento é a de se informar sobre progressos técnicos detalhados. Em geral só os especialistas precisam conhecer detalhadamente os progressos técnicos.
20. *Executar*. Esta é uma função de relações públicas.

Você pode ver que a distinção entre administrar e executar pode ser sutil em alguns casos. Na verdade, dois administradores podem parecer estar desempenhando atividades idênticas: entretanto, um deles estaria executando, e o outro, administrando. Por exemplo, a solução de um problema técnico para um dos seus empregados seria execução se você estivesse basicamente interessado na solução do

problema; seria administração se você estivesse basicamente interessado em treinar ou supervisionar seu subordinado. (LOEN, 1980, p. 32).

2.1.2 Comportamento organizacional

Giglio, 2005 apud ADMINISTRAÇÃO (...) ([entre 2005 e 2008]), p. 40, entende que o ser humano é racional quando seu comportamento é ditado pela razão; é emocional quando movido por afetos conscientes e/ou inconscientes e é social quando segue as regras do grupo. Imaginem todas essas situações dentro de uma empresa, convivendo e tendo posições diferentes, salários maiores e menores e ambições de toda ordem!

Lacombe e Heilborn (2006, p. 310) apud ADMINISTRAÇÃO (..) ([entre 2005 e 2008]), p. 40, consideram que “os pioneiros da administração (eles se referiam a Taylor e Fayol) preocupavam-se em proporcionar condições de trabalho adequadas aos empregados, visando a uma alta produção e em motivá-los por meio de remuneração, partindo do princípio de que as pessoas desejavam o máximo de ganho material”.

Os estudos de Elton Mayo feitos na *Western Electric Company* entre 1924 e 1930, revelam que, além de remuneração e condições de trabalho, a atenção que recebiam dos seus colegas e da alta administração eram indispensáveis. A motivação dos trabalhadores, portanto, não decorria de fatores meramente funcionais. ADMINISTRAÇÃO(...), ([entre 2005 e 2008]), p. 40.

ADMINISTRAÇÃO ([entre 2005 e 2008]), p. 40, diz também que “antes dos estudos de Mayo, em 1920, Mary Parker Follet já fazia palestras sobre liderança e motivação e mostrando a forma adequada do chefe tratar o subordinado, mas foi Abraham Maslow (...) afirmou que a necessidade

satisfeita não era motivadora de comportamento, mas sim as necessidades insatisfeitas”.

2.1.2.1 Capital humano

“Seres humanos são parte de um estoque de capital do mundo”, assim diz Crawford, 1994, p. 34. Em uma economia do conhecimento, o principal investimento de uma sociedade tem que ser melhorar as habilidades e talento de sua produção.

O Japão é um exemplo clássico de uma economia construída baseada no capital humano. Depois da Segunda Guerra Mundial, a infra-estrutura física do Japão estava em ruínas, e não havia nenhuma matéria-prima valiosa. Apesar disso, em menos de cinquenta anos, eles desenvolveram a economia de maior sucesso do mundo. Sua população trabalhadora e muito bem educada (...) promoveu um incrível crescimento.(CRAWFORD, 1994, p. 34).

A mundialização do capital acirra ainda mais as desigualdades, não apenas entre os países, mas também dentro deles próprios. Toussaint (2002, p. 41 apud Silva; Santos, p. 03), assim se posiciona acerca das desigualdades de tal processo.

Desde o começo da crise dos anos 70, o mundo conhece significativas perturbações, que deterioraram progressivamente as condições de vida da maioria da população do planeta: o desemprego em massa instalou-se de modo duradouro, a desigualdade da repartição das riquezas acentuou-se fortemente e os rendimentos das classes populares baixaram visivelmente.

Foi a partir da década de 1970, através de Albert Fishlow e Carlos Langoni, que a teoria do capital humano ganhou espaço na literatura econômica brasileira. Uma boa parte da literatura existente sobre o capital humano atribui à educação e ao mercado de trabalho o papel de principais determinantes da formação da renda do indivíduo e determinantes do desenvolvimento socioeconômico de um país.

(...) fatores como mudanças na composição, nos recursos e na estrutura das famílias promoveram condições sociais mais favoráveis para a população em idade escolar. (...) apontam três dimensões dos recursos disponíveis para a família, ao avaliar o impacto dessa transição estrutural. A primeira, e mais estudada, são os recursos econômicos (...) a segunda dimensão é a dos recursos educacionais que os autores chamam de capital cultural (...) a terceira dimensão é a estrutura familiar(...). (SILVA; SANTOS, p. 08).

“Na sociedade industrial, a educação está disponível por períodos limitados e específicos de tempo. A maior preocupação nesta sociedade é a alfabetização e o provimento de treinamento técnico. Na sociedade do conhecimento, a educação é universal (...)” afirma Crawford, 1994, p. 38. Ainda afirma que “(...) os níveis de educação crescem para as novas áreas de conhecimentos que requerem mais treinamento e educação atualizada para sua aplicação. Profissionais universitários e especializados tornam-se o maior grupo empregado”.

A teoria do Capital Humano e a Teoria do Capital Social (...) se encaixam perfeitamente no contexto neoliberal em que estão inseridas as políticas educacionais, nas quais se tem priorização do ensino voltado e organizado para o trabalho, ou seja, para a produção e formação de trabalhadores e/ou novas medidas transplantadas no trabalho produtivo da sociedade capitalista. O objetivo é visar apenas ao desenvolvimento da capacidade profissional na busca do desenvolvimento sustentável da economia globalizada e à integração da sociedade mediante as atribuições que seriam de responsabilidade do Estado.(SILVA; PUZIOL, p. 02)

Silva; Puziol, p. 03, dizem que “o neoliberalismo vai mais além, e considera o estado como improdutivo, repassando suas incompetências para o capital privado. Apresenta uma visão extremamente individualista e

competitiva”. “Atrelado a essa ideologia, ou melhor, como estratégia fomentadora do capitalismo financeiro, tem-se o processo de mundialização do capital, que implica a abertura das fronteiras aos movimentos do capital internacional e ao mesmo tempo uma enorme concentração do mesmo, tendo como fomentador principal a hegemonia”, assim explica Silva; Puziol, p. 03.

“A teoria do capital humano vai permear as diretrizes educacionais do país, negando os paradigmas do conhecimento e impondo as políticas educacionais de modo tecnocrático, vizualizando somente o desenvolvimento econômico” (Silva; Puziol, p.05). Ao conceituar essa teoria, Cattani (2002, p.51 apud Silva; Puziol, p.05) pontua que:

A teoria do capital humano apresenta-se sob duas perspectivas articuladas. Na primeira, a melhor capacitação do trabalhador aparece como fator de aumento de produtividade. (...) Na segunda perspectiva, a teoria do capital humano destaca as estratégias individuais com relação aos meios e fins. Cada trabalhador aplicaria um cálculo custo-benefício no que diz respeito à constituição de seu “capital pessoal”, avaliando se o investimento e o esforço empregado na formação seriam compensados em termos de melhor remuneração pelo mercado.

[...] é uma derivação da teoria econômica neoclássica e, ao mesmo tempo, uma atualização do axioma liberal do indivíduo livre, soberano e racional.

2.1.2.2 Capital Social

O desenvolvimento econômico e social envolve fatores muito importante como o crescimento econômico e a distribuição de renda, destacando o capital social. As abordagens privilegiam as relações que o capital social estabelece com a sociedade, estado, com as instituições de uma forma geral e com o indivíduo, tendo como objetivo demonstrar sua importância e alcance no âmbito das ciências sociais econômicas.

Em 1980 o sociólogo francês Pierre Bourdieu iniciou seu trabalho sobre capital social a partir do estudo sobre a teoria da ação. O autor inaugura a chamada teoria do senso prático, onde o homem não faz escolhas refletidas; ele age de acordo com as exigências da vida prática, que demandam por ações urgentes, e segundo o seu *habitus*, isto é, estruturas de ação que são assimiladas em partes à estrutura social e em parte são respostas pessoais dos próprios sujeitos a situações ocorridas ao longo da vida. Dessa forma, o autor mostra-se veementemente contrário à teoria da ação racional, onde os atores sociais agem racionalmente para atingir sus fins, realizando um cálculo de maximização da utilidade. (SILVA; SANTOS, p.02)

Bourdieu, 1980 apud Silva; Santos, p. 02, define o capital social como [...] “um conjunto de recursos atuais ou potenciais que estão vinculados a um grupo, por sua vez constituído por um conjunto de agentes que não só são dotados de propriedades comuns, mas também são unidos por relações pemanentes e úteis”.

De acordo com Lodi, 2004, o capital social é

(...) o acúmulo de experiências participativas e organizacionais que ocorrem num determinado grupo, comunidade, reforçando seus laços de solidariedade, cooperação, confiança dessas pessoas. São os níveis de participação e organização que um grupo ou comunidade possui. Se esta comunidade não tiver organização, participação social, solidariedade social, iniciativa, cooperação entre si e confiança, não capital social, desenvolvimento nem crescimento. Esses fatores cosntituem a base para um desenvolvimento sustentável, porem para alcançar este desenvolvimento pe preciso capotal humano.

2.1.3 Ética, cidadania e gênero

Muitas vezes, nosso julgamento a respeito das coisas não é tão simples. E por não ser tão simples, que Cardoso discute ética e ciência:

A relação ética e ciência é um dos desafios colocado a nós nessa segunda metade do século. A partir da hcatombe de Hisoshina, a

ambiguidade do progresso científico-tecnológico passou do plano teórico para o existencial, ou seja, começamos a perceber na vida cotidiana a deterioração galopante do ambiente físico e social ao lado do mundo estonteante e maravilhoso da tecnologia. As conquistas tecnológicas nos campos da comunicação, transporte, alimentação, moradia, saúde e lazer convivem ao lado do desequilíbrio ecológico, da miséria, da fome, dos sem-emprego, sem-terra, sem-teto, enfim ao lado de toda sorte de violência que destrói a dignidade humana dos excluídos.(CARDOSO, 1998, p. 01 apud ADMINISTRAÇÃO (...),2010, p. 166)

Alguns autores dizem que a ética é a arte de viver bem com os outros. “Ética se refere à aptidão humana de refletir e escolher agir de uma forma e não de outra, tendo em vista a promoção do bem, ou da boa convivência. Uma atitude ética significa uma escolha que prioriza um bem estar coletivo e não pessoal”.(ADMINISTRAÇÃO (...), 2010, p. 166).

A ética é uma marca muito especial, é o que dá o sentido de humanidade à nossa espécie. Mas será que os comportamentos éticos são sempre os mesmos nos seres humanos? A ética é igual em grupos sociais culturalmente diferentes? Minhas atitudes éticas são iguais às atitudes dos meus bisavós, ou seja, será a ética sempre a mesma no tempo e no espaço?

A ética se torna uma disciplina da filosofia a partir das indagações de pensadores como Heráclito e Sócrates sobre o comportamento humano, os costumes e valores a eles atribuídos, Surge, então, a ética como filosofia moral, um campo do pensamento filosófico dedicado a discutir, problematizar e interpretar o significado dos valores morais. Para Sócrates, o *ethos* (costume) considerado bom e virtuoso tem origem no *logos* (razão), pois o sujeito ético é aquele que tem consciência do significado de suas atitudes e da essência de valores morais, ou seja, ser ético implica uma reflexão que justifique a ação. [...] Aristóteles acrescenta a essa ideia a noção de saber prático, [...] de vontade guiada pela razão: a decisão ou deliberação sobre algo que depende de nossa vontade. (CUNHA, 2006 apud ADMINISTRAÇÃO(...), 2010, p. 167)

Para ADMINISTRAÇÃO(...), 2010, p. 167, “ o mais importante saber é que ética significa a arte de escolher um comportamento com o objetivo de promover um bem maior do que aquele que poderia ter se pensasse somente em meu benefício”.

Para Araújo (et al), 2007, p. 06:

Considerando que o gênero é uma categoria social que influencia a maneira de as pessoas se relacionarem com um mundo e com os outros, acreditamos ser relevante estudar os mecanismos psicossociais que favorecem relações preconceituosas e discriminatórias entre homens e mulheres. Esse tipo de convivência envolve questões tanto sociais como individuais que demandam leitura obrigatória em, pelo menos, dois sentidos. Enquanto no plano social há uma transgressão de princípios básicos dos direitos humanos, do ponto de vista psicológico a questão comporta a elaboração de vínculos afetivos, dentro de uma estrutura relacional pautada pelo domínio da mulher e do homem.

A violência de gênero é uma das piores formas de manifestação de preconceito e de discriminação contra a mulher, onde encontra-se presente em nossa cultura e naturalizada em suas múltiplas formas de manifestação. (Araújo et al, 2007, p. 06.). É por isso que há projetos educativos e de intervenção social onde viabilizam a realização e promovem a conscientização social e ética que esse tipo de violência traz para a sociedade.

“Para atingir objetivos de mudanças nas relações entre homens e mulheres, deve-se assumir a premissa de se incorporar, no currículo escola, ações e projetos que permitam às pessoas identificar e atuar a favor de uma convivência não discriminatória”, apresenta Araújo et al, 2007, p. 06. Na mesma direção, afirma também que “é necessário que sejam criadas formas e instrumentos de intervenção psicológica, educativa e social que favoreçam uma contínua transformação das representações individuais de gênero, contribuindo para a superação das desigualdades entre homens e mulheres”.

Para Kabengele Munanga, 2003, apud Araújo et al, 2007:

O grande desafio da educação como estratégia de luta contra o racismo, não basta empregarmos a lógica da razão científica que diz que biologicamente não existem raças superiores e inferiores, como basta a moral cristã que diz que perante a Deus somos todos iguais para que as cabeças de nossos alunos e nossas alunas possam, automaticamente, deixar de ser preconceituosas. Como educadores, devemos saber que, apesar da lógica da razão ser importante nos processos formativos e informativos, ela não modifica por si o imaginário e as representações coletivas negativas que se têm do negro e do índio em nossa sociedade. Considerando que esse

imaginário e que essas representações, em parte situados no inconsciente coletivo, possuem uma dimensão afetiva e emocional, dimensão onde brotam e são cultivadas as crenças, os estereótipos e os valores que codificam as atitudes, é preciso descobrir e inventar técnicas e linguagens capazes de superar os limites da pura razão e de tocar no imaginário e nas representações. Enfim, descobrir e inventar técnicas e linguagens capazes de deixar aflorar os preconceitos escolhidos na estrutura profunda do nosso psiquismo, e trabalhar esses preconceitos de forma ética e democrática, no ambiente escolar.

Araújo et al, 2007, p. 11-12, apresenta a afirmação de que “é a sociedade e não a biologia ou os genes quem determina como devemos ser e nos comportar, quais são nossas possibilidades e nossos limites”.

Se os seres humanos se comportassem unicamente a partir de seus impulsos biológicos, se as condutas consideradas masculinas e femininas fossem espontâneas, naturais e predeterminadas, não seria necessário educar tão cuidadosamente todos os aspectos diferenciais; bastaria deixar que a natureza atuasse por si mesma. Ao contrário, o indivíduo humano é capaz de uma gama variada de condutas que não estão determinadas no momento do nascimento. De todas as possíveis formas de atuação, cada sociedade elege algumas que constituem seu modelo e que vão-se formando e transmitindo ao longo de sua história, ficando rigidamente estabelecidas como normas ou modelos de conduta. Esses padrões ou modelos não são os mesmos para todos os indivíduos; existem uns para o sexo feminino e outros para o masculino, claramente diferenciados. (ARAÚJO et al, 2007, p. 11-12).

2.2 EMPREENDEDORISMO

Empreendedor é toda pessoa que assume o risco de começar uma empresa. “Empreendedor é uma palavra que vem do latim *imprendere*, que significa decidir realizar tarefa difícil e laboriosa, colocar em execução” (MAXIMINO, 2006, p. 01, grifo do autor).

Segundo a empreendedora, Bel Pesce, em uma reportagem para a revista EXAME, “empreender é tomar decisões com informações incertas e a gente precisa entender que o erro e o risco fazem parte do aprendizado”.

Empreendedorismo é criar riqueza através de novos produtos, novos métodos de produção, novos mercados, novas formas de organização etc. O empreendedor é responsável pelo empreendedorismo, para gerar lucro para a organização, e valor para o cliente. (Em, <[http:// www.significados.com.br/empreendedorismo/](http://www.significados.com.br/empreendedorismo/)>)

Mas foi com o economista Joseph Scumpeter em 1945 onde o conceito de empreendedorismo foi mais propagado “é alguém versátil, que possui as habilidades

técnicas para saber produzir, e capitalistas ao reunir recursos financeiros, organiza as operações internas e realiza as vendas de sua empresa”, (WIKIPÉDIA, <http://pt.wikipedia.org/wiki/Empreendedorismo>).

“O que fazem os empreendedores? Eles usam indústria (ou seu trabalho) para organizar e dirigir os fatores de produção, de forma a atender as necessidades humanas. No entanto, eles não são apenas dirigentes. São também planejadores, avaliadores de projetos e tomadores de riscos. Usando seu próprio capital, ou que emprestam de outros, eles o transferem para os proprietários do trabalho, os recursos naturais (terra) e maquinário (ferramentas). Esses pagamentos, ou aluguéis, somente são recuperados se os empreendedores conseguem vender o produto para os consumidores. O sucesso empresarial não apenas é almejado pelo indivíduo, mas também é essencial para a sociedade. Um país com muitos comerciantes, fabricantes e agricultores inteligentes tem maiores possibilidades de alcançar prosperidade do que um outro que se dedique principalmente à busca das artes e das ciências. (SAY, 1888 apud MAXIMIANO, 2006, p. 2-3).

Segundo Chiavenato, 2008 pg 03, “o empreendedor é a pessoa que inicia ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente”. Diz também que essa definição envolve não apenas os fundadores de empresas, mas os membros da segunda ou da terceira geração de empresas familiares e os gerentes-proprietários, que compram empresas já existentes de seus fundadores. Mas o espírito empreendedor está presente também em todas as pessoas que estão preocupadas e localizadas em assumir riscos e inovar continuamente.

O empreendedor não é somente um fundador de novas empresas ou o construtor de novos negócios. Ele é a energia da economia, a alavanca de recursos, o impulso de talentos, a dinâmica de idéias. Mais ainda: ele é quem fareja as oportunidades e precisa ser muito rápido, aproveitando as oportunidades fortuitas, antes que os outros aventureiros o façam. O termo empreendedor, do francês *entrepreneur*, significa aquele que assume riscos e começa algo novo.(CHIAVENATO, 2008 PG. 03)

O empreendedorismo tem sua origem na reflexão de pensadores econômicos do século XVIII e XIX, conhecidos defensores do *laissez-faire* ou liberalismo econômico. Esses pensadores econômicos defendiam que a ação da economia era refletida pelas forças livres do mercado e da concorrência. O empreendedorismo tem sido visto como um engenho que direciona a inovação e promove o desenvolvimento econômico.

No entanto, outras ciências sociais têm contribuído para a compreensão do empreendedorismo: a sociologia, a psicologia, a antropologia e, como já citado, a história econômica. Conforme o quadro 1.1 a seguir, a gênese do pensamento sobre empreendedorismo, registra três visões sobre a expansão do fenômeno: a escola dos economistas, a dos behavioristas e a dos precursores da teoria dos traços de personalidade.

Quadro 1.1 – Empreendedorismo: principais linhas de pensamento

<p>A visão dos economistas</p>	<p>Existe concordância entre os pesquisadores do empreendedorismo de que os pioneiros no assunto teriam sido os autores Cantillon (1755) e Jean-baptiste Say (1803;1815;1816). Para Cantillon, o empreendedor era aquele que adquiria a matéria-prima por um determinado preço e a revendia a um preço incerto. Ele entendia que, se o empreendedor obtivesse lucro além do esperado, isso ocorreria porque ele teria inovado (Filion, 1999). Desde o século XVIII, o autor já associava o empreendedor ao risco, à inovação e ao lucro, ou seja, ele era visto como pessoa que busca aproveitar novas oportunidades, vislumbrando o lucro e exercendo suas ações diante de certos riscos. Diversos economistas, mais tarde, associaram, de um modo mais contundente, o empreendedorismo à inovação e procuraram esclarecer a influência do</p>
---------------------------------------	---

	empreendedorismo sobre o desenvolvimento econômico.
A visão dos behavioristas	Na década de 1950, os americanos observaram o crescimento do império soviético, o que incentivou David C. McClelland a buscar explicações a respeito da ascensão e declínio das civilizações. Os behavioristas (comportamentalistas) foram, assim, incentivados a traçar um perfil da personalidade do empreendedor (Filion, 1999). O trabalho desenvolvido por McClelland (1971) focaliza os gerentes de grandes empresas, mas não interligava claramente a necessidade de autorealização com a decisão de iniciar um empreendimento e o sucesso desta possível ligação (Filion, 1999).
A escola dos traços de personalidade	Ainda que a pesquisa não tenha sido capaz de delimitar o conjunto de empreendedores e atribuir-lhe características certas, tem propiciado uma série de linhas mestras para futuros empreendedores, auxiliando-os na busca por aperfeiçoar aspectos específicos para obterem sucesso (Filion, 1991 a). Dado o sucesso limitado e as dificuldades metodológicas inerentes à abordagem dos traços, uma orientação comportamental ou de processos tem recebido recentemente grande atenção.

Fonte: Idalberto Chiavenato, 2008, Empreendedorismo dando asas o espírito empreendedor.

2.2.1 Perfil do empreendedor

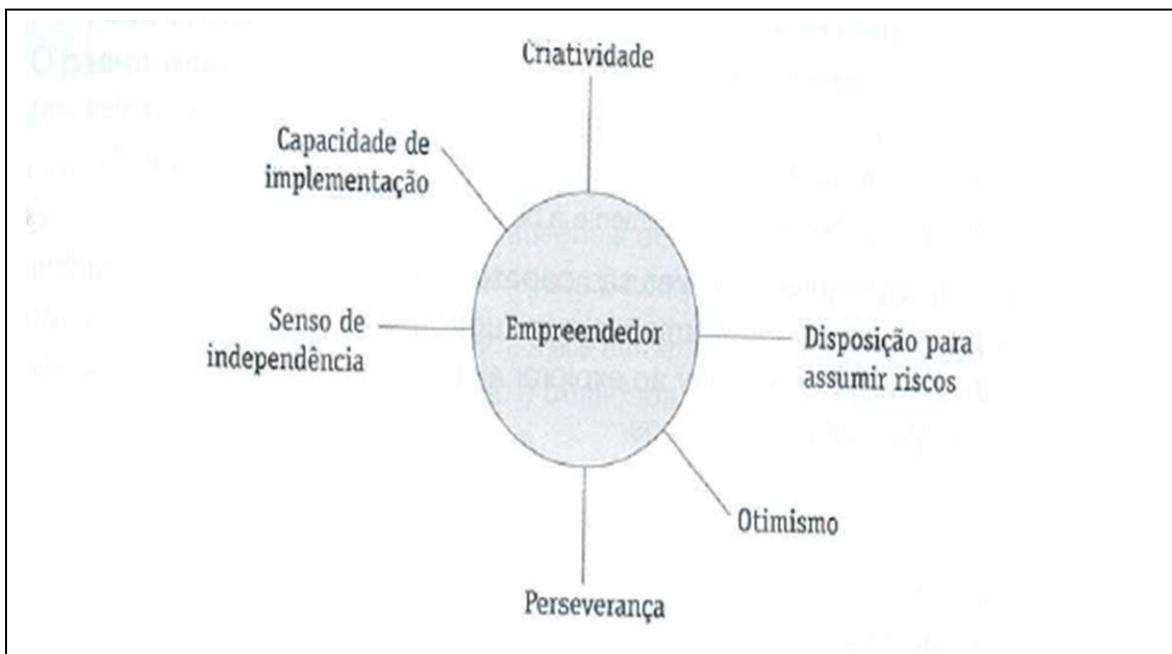
Na verdade, o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios e capacidade de identificar oportunidades. Com tudo isso, transforma ideias em realidade, para benefício próprio e para benefício da comunidade. Por ter criatividade e alto nível de energia, o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que, combinados adequadamente, o habilitam a transformar uma ideia simples e mal estruturada em algo concreto e bem sucedido no mercado.

Para ser um bom empreendedor uma pessoa deve ter as seguintes características:

- **Criatividade e capacidade de implantação:** é a pessoa que tem a capacidade de idealizar e realizar coisas novas.

- **Disposição para assumir riscos:** quando uma pessoa inicia seu negócio ela está correndo risco. Sendo que neste arriscar significa ter coragem de enfrentar uma perda ou o insucesso.
- **Perseverança e otimismo:** para um empreendedor bem sucedido é necessário um trabalho duro e continuado, enfrentando com decisão, resolvendo problemas, alcançando resultados positivos.
- **Senso de independência:** buscam autonomia.

Figura 1 - Principais traços de comportamento do empreendedor



Fonte: Maximino (2006).

Nem todo empreendedor busca um novo objetivo ou meta na sua vida. Existem pessoas que entram em negócios para escapar de algum fator ambiental. Foi identificado vários fatores ambientais que encorajam ou impulsionam as pessoas a iniciar novos negócios e rotulado tais empreendedores de refugiados. Existem vários tipos de refugiados, a saber:

- **Refugiados estrangeiros:** são pessoas que escapam das restrições políticas, religiosas ou econômicas de seus países de origem atravessando as fronteiras nacionais. Em geral, encontram discriminações ou desvantagens ao

buscar emprego assalariado em outros países e, então, iniciam um novo negócio.

- **Refugiados corporativos:** são aqueles que fogem do ambiente burocrático das grandes e médias empresas iniciando negócios por conta própria. Muitas pessoas, ao vivenciarem nas corporações um ambiente desagradável de trabalho, processo decisório centralizado realocações impostas e até atmosfera indesejável, encontram uma alternativa atraente ao buscar um novo negócio.

- **Refugiados dos pais:** são pessoas que abandonam a família para mostrar aos pais que podem fazer as coisas de maneira independente, ou seja, sozinhas.

- **Refugiados do lar:** são aqueles que começam o próprio negócio após o crescimento dos filhos ou quando se sentem livres das responsabilidades de casa.

- **Refugiadas feministas:** mulheres que sentem discriminações ou restrições em uma empresa e preferem iniciar um negócio que possam dirigir independentemente dos outros.

- **Refugiados sociais:** são os olheiros à cultura que prevalece na empresa, que buscam uma atividade como empreendedores.

- **Refugiados educacionais:** são pessoas que se sentem cansadas do cursos acadêmicos e decidem iniciar um novo negócio.

Além disso, é considerado que os empreendedores apresentam enorme variação em seus estilos de fazer negócios. Em resumo, sugere uma continuidade em dois padrões básicos estão nas extremidades: empreendedores artesões e empreendedores oportunistas.

Empreendedor artesão: é uma pessoa que inicia um negócio basicamente com habilidades técnicas e um pequeno conhecimento da gestão de negócios. Sua formação educacional limita-se ao treinamento técnico e, com isso, tem experiência técnica no trabalho, mas não dispõe de capacidade para se comunicar bem, avaliar o mercado, tomar decisões e gerir o negócio. Sua abordagem quanto ao processo decisório caracteriza por:

- ter uma orientação de tempo de curto prazo, com pouco planejamento para futuro crescimento ou mudança.

- Ser paternalista, ou seja, dirigir o negócio de forma como dirigiria sua própria família;

- Relutar em delegar autoridade, é centralizador;
- Usar uma ou duas fontes de capital para abrir sua empresa;
- Definir a estratégia de marketing em termos de preço tradicional, da qualidade e da reputação da empresa;

- Esforçar-se nas vendas basicamente por motivos pessoais.

O empreendedor artesão, em geral, é o mecânico que começa uma oficina independente, o profissional trabalha em um salão de beleza e que abre um novo em outro local para aproveitar sua experiência profissional e ampliar horizontes. Se não puder se desenvolver profissional e culturalmente, será sempre um fornecedor de mão-de-obra ou de trabalho especializado. Se você estiver nessa condição, procure aprender o máximo possível sobre a gestão do negócio e ampliar a sua visão de empresa.

Empreendedor oportunista: no outro extremo do *continuum*, é aquele que tem educação técnica suplementada por estudo de assuntos mais amplos, como administração, economia, legislação ou línguas. Procura sempre estudar e aprender. Caracteriza-se por:

- Evitar o paternalismo na condução da equipe;
- Delegar autoridade às pessoas necessárias para o crescimento;
- Empregar estratégias de marketing e esforços de vendas mais variados;
- Obter capitalização original de mais de duas fontes de dinheiro;
- Planejar o crescimento futuro do negócio;
- Utilizar sistemas de registro e controle, orçamento apropriado, oferta precisa e pesquisa sistemática de mercado.

Os estilos empreendedores constituem dois extremos de abordagem gerencial. Em um pólo, está o artesão, que dá asas a imaginação e conhece o produto. No outro, o empreendedor experiente e com boa instrução, que utiliza procedimentos gerenciais sistemáticos, aproximando-se de uma abordagem científica na gestão de negócio. O ideal é caminhar e desenvolver-se sempre na direção do pólo do administrador experiente.

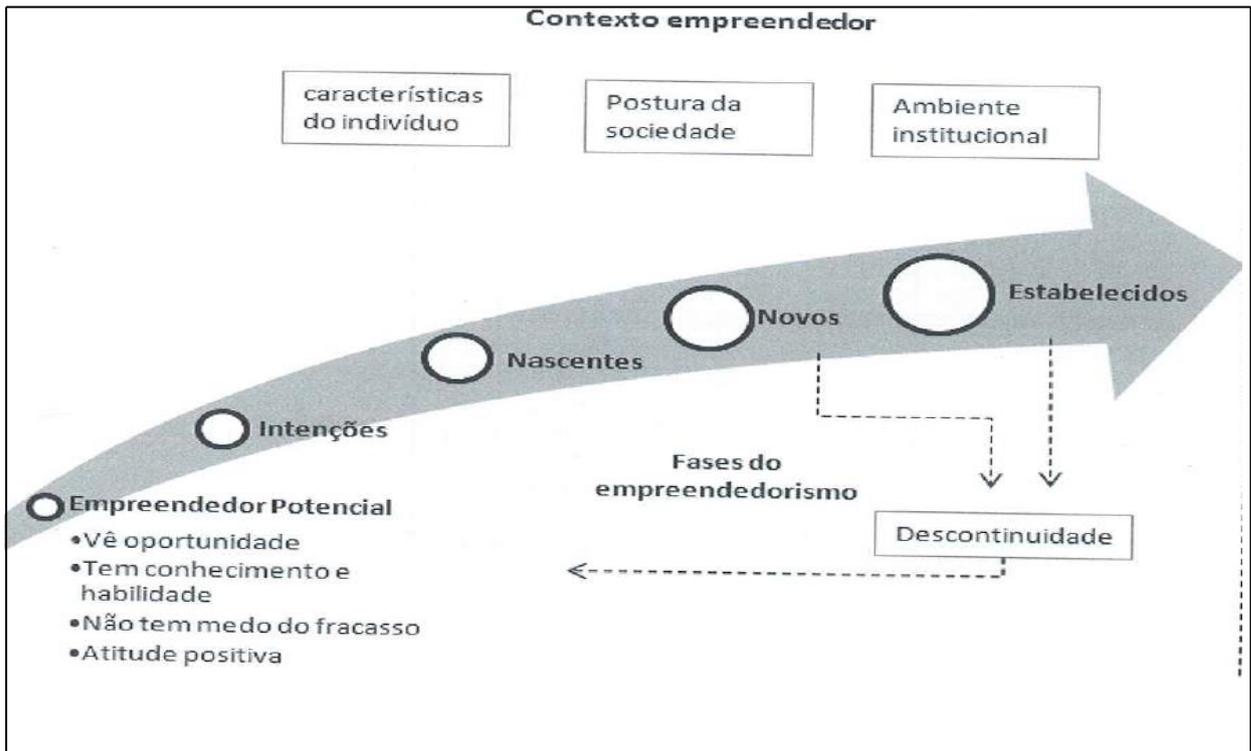
Segundo Chiavenato,2008, os perigos mais comuns do próprio negócio são:

- Não identificar adequadamente qual será o novo negócio;
- Não reconhecer apropriadamente qual será o tipo de cliente a ser atendido;
- Não saber escolher a forma legal de sociedade mais adequada;
- Não planejar suficientemente bem as necessidades financeiras do novo negócio;
- Errar na escolha do local adequado para o novo negócio;
- Não saber administrar o andamento das operações do novo negócio;
- Não ter conhecimento sobre a produção de bens ou serviços com padrão de qualidade e de custo;
- Desconhecer o mercado, principalmente, a concorrência;
- Ter pouco domínio sobre o mercado fornecedor;
- Não saber vender e promover os produtos/serviços;
- Não saber tratar adequadamente o cliente;

2.2.2 Empreendedorismo no Brasil

O Brasil participa da pesquisa GEM – Global Entrepreneurship Monitor sobre o assunto desde 2000 sobre as condições existentes para o desenvolvimento de novos negócios. No Brasil a pesquisa é conduzida pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade – IBQP com parceria técnica e financeira do SEBRAE.

Figura 2 - O processo empreendedor segundo definições adotadas pelo GEM



Fonte: Andreassi, Macedo... et al, 2012.

Como a definição de empreendedorismo encontra diferentes vertentes, é importante apresentar o conceito utilizado pela pesquisa do GEM. O GEM tem como foco principal o indivíduo empreendedor, mais do que o empreendimento em si. Entende-se como empreendedorismo qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, como por exemplo: uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente. O principal propósito do GEM é medir o envolvimento dos indivíduos na criação de novos negócios, ou seja, o empreendedor em estágio inicial. A medida adotada pelo GEM, *Total Early-Stage Entrepreneurial Activity* – TEA, traduzida como Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial, inclui os indivíduos que estão no processo de iniciar um negócio, bem como aqueles que estão conduzindo um negócio há menos de 42 meses. Tal medida acaba sendo o grande diferencial da pesquisa GEM quando comparada a outras bases de dados sobre o empreendedorismo, uma vez que a maioria dessas bases é formada por dados secundários ou registros formais relativos às empresas. (ANDREASSI; MACEDO... [et al], 2012, p. 19-20).

Segundo Andreassi; Macedo... et al, 2012, na Figura 1.2, “o GEM entende o empreendedorismo como um processo que compreende as diferentes fases de desenvolvimento dos empreendimentos, desde a intenção de iniciar um negócio e chegando ao estágio de administrar...”.

Tabela 2 - Mentalidade empreendedora - grupo de países

Mentalidade Empreendedora		Grupos de Países							
		Todos os Países		Impulsionados por fatores		Impulsionados pela eficiência		Impulsionados pela inovação	
		Prop. (%)	País	Prop. (%)	País	Prop. (%)	País	Prop. (%)	País
Afirmam conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos dois anos	Mais alta	77,5	Zâmbia	77,5	Zâmbia	66,4	Namíbia	42,5	Eslováquia
	Média	38,4	-	56,4	-	36,5	-	30,9	-
	Mais baixa	14,0	Japão	30,6	Egito	23,5	Croácia	14,0	Japão
	Brasil	33,7	40º	-	-	33,6	19º	-	-
Afirmam perceber para os próximos seis meses boas oportunidades para se começar um novo negócio na região onde vivem	Mais alta	82,2	Nigéria	82,2	Nigéria	75,2	Namíbia	66,5	Suécia
	Média	42,4	-	63,3	-	41,5	-	32,1	-
	Mais baixa	6,4	Japão	39,2	Irã	11,0	Hungria	6,4	Japão
	Brasil	50,2	19º	-	-	52,4	7º	-	-
Afirmam ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para se começar um novo negócio	Mais alta	87,9	Nigéria	87,9	Nigéria	76,1	Trinidad & Tobago	55,9	Estados Unidos
	Média	50,9	-	70,5	-	56,4	-	38,3	-
	Mais baixa	9,0	Japão	48,7	Paquistão	23,5	Rússia	9,0	Japão
	Brasil	54,0	28º	-	-	53,9	15º	-	-
Afirmam que o medo de fracassar impediria que comessem um novo negócio	Mais alta	72,4	Grécia	39,9	Irã	58,7	Polónia	72,4	Grécia
	Média	37,7	-	27,8	-	36,6	-	44,5	-
	Mais baixa	12,1	Panamá	15,3	Malavi	12,1	Panamá	32,2	Suíça
	Brasil	35,5	42º	-	-	35,6	16º	-	-
Afirmam que no país, a maioria das pessoas considera o início de um novo negócio como uma opção desejável de carreira	Mais alta	89,2	Colômbia	84,6	Palestina	89,2	Colômbia	79,3	Holanda
	Média	65,8	-	75,8	-	69,8	-	55,2	-
	Mais baixa	29,7	Japão	60,2	Irã	41,5	Hungria	29,7	Japão
	Brasil	88,1	2º	-	-	89,0	2º	-	-
Afirmam que no país, aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio tem status e respeito perante a sociedade	Mais alta	93,9	Tunísia	91,9	Etiópia	93,9	Tunísia	83,4	Finlândia
	Média	71,3	-	80,1	-	68,9	-	70,3	-
	Mais baixa	41,7	Croácia	67,9	Paquistão	41,7	Croácia	54,8	Japão
	Brasil	84,8	5º	-	-	86,0	2º	-	-
Afirmam que no país, se vê frequentemente na mídia histórias sobre novos negócios bem sucedidos	Mais alta	86,2	Brasil	82,1	Gana	86,2	Brasil	82,5	Taiwan
	Média	51,1	-	67,8	-	60,0	-	56,1	-
	Mais baixa	29,3	Hungria	47,0	Argélia	29,3	Hungria	33,1	Grécia
	Brasil	85,0	1º	-	-	86,2	1º	-	-

Fonte: Fonte: Andreassi, Macedo... et al, 2012.

Tabela 3 - Mentalidade empreendedora - Brasil e regiões

Afirmações da população adulta brasileira	Brasil	Região Norte	Região Nordeste	Região Centro-Oeste	Região Sudeste	Região Sul
	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)
Afirmam conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos dois anos	33,7	35,7	35,2	32,3	32,5	32,8
Afirmam perceber para os próximos seis meses boas oportunidades para se começar um novo negócio na região onde vivem	50,2	48,7	52,8	50,5	50,3	48,9
Afirmam ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para se começar um novo negócio	54,0	55,9	54,4	53,0	51,5	55,3
Afirmam que o medo de fracassar impediria que comessem um novo negócio	35,5	31,1	33,0	39,8	37,0	36,5
Afirmam que no país, a maioria das pessoas gostaria que todos tivessem um padrão de vida parecido	83,0	80,3	81,3	86,0	86,5	81,1
Afirmam que no país, a maioria das pessoas considera o início de um novo negócio como uma opção desejável de carreira	88,1	85,2	88,0	92,2	87,4	87,7
Afirmam que no país, aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio tem status e respeito perante a sociedade	84,8	83,0	83,1	88,7	83,8	85,5
Afirmam que no país, se vê frequentemente na mídia histórias sobre novos negócios bem sucedidos	85,0	86,7	82,1	87,2	87,7	81,6

Fonte: Fonte: Andreassi, Macedo... et al, 2012.

Tabela 4 - Mentalidade empreendedora segundo estágio: proporções, Brasil

Mentalidade Empreendedora	Empreendedores Iniciais	Empreendedores Estabelecidos	Total de Empreendedores
	Prop. (%)	Prop. (%)	Prop. (%)
Afirmam conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos dois anos	49,7	37,5	43,3
Afirmam perceber para os próximos seis meses boas oportunidades para se começar um novo negócio na região onde vivem	59,9	53,2	56,4
Afirmam ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para se começar um novo negócio	76,4	74,9	75,4
Afirmam que o medo de fracassar impediria que começassem um novo negócio	27,3	28,4	27,4
Afirmam que no país, a maioria das pessoas gostaria que todos tivessem um padrão de vida parecido	84,0	82,1	82,9
Afirmam que no país, a maioria das pessoas considera o início de um novo negócio como uma opção desejável de carreira	84,0	88,9	89,2
Afirmam que no país, aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio tem status e respeito perante a sociedade	89,4	85,7	85,6
Afirmam que no país, se vê frequentemente na mídia histórias sobre novos negócios bem sucedidos	87,1	87,0	87,6

Fonte: Andreassi, Macedo... et al, 2012.

A Tabela 1.1 mostra que, em 2012, os entrevistados dos países do grupo-fator são os que mais expressaram conhecer pessoas que abriram negócios nos últimos dois anos. Nesse grupo ressalta, a localização dos países que apresentam menor nível de desenvolvimento econômico e altas taxas de empreendedorismo por necessidade. É visto que a população do grupo-fator é a que mais percebe boas oportunidades, seguida pelos países do grupo-eficiência e do grupo-inovação. Os entrevistados foram perguntados sobre a percepção, para os próximos seis meses, de boas oportunidades para se começar um novo negócio na na região em que vivem, bem como sobre seus conhecimentos habilidades e experiências para empreender o novo negócio.

Na Tabela 1.1 mostra ainda que, o medo do fracasso como fator impeditivo para empreender é maior nos países do grupo-inovação, superando os países do grupo-eficiência e do grupo-fator. “Embora poderia se supor que em países mais avançados o medo do fracasso fosse menor, em virtude de

todo o suporte neles existente.... os projetos de empreendedorismo nesses países são mais inovadores e envolvem mais investimento” afirma Andreassi; Macedo et al, 2012, p. 27.

Os entrevistados foram perguntados se a maioria das pessoas considera o início de um novo negócio como uma opção desejável de carreira, se os que alcançam sucesso ao iniciar um negócio tem status e respeito perante a sociedade e se na mídia frequentemente aparecem histórias sobre novos negócios bem sucedidos. Pela Tabela 1.1 pode-se constatar que a população brasileira tem uma percepção bastante favorável em relação ao empreendedorismo, dados os percentuais, expressivamente elevados de respostas concordando com as afirmações acima. Esses percentuais colocam o Brasil na segunda, quinta e primeira posição dentre os 67 países participantes da pesquisa. (ANDREASSI; MACEDO... [et al], 2012, p.28)

Já a Tabela 1.2 compara os dados das cinco regiões brasileiras, em que o maior percentual ficou com a região Norte e a menor para a região Centro-Oeste. Em termos regionais a Tabela 1.2 mostra que, em relação à percepção de boas oportunidades nos próximos seis meses, mais da metade dos respondentes afirmaram perceber tais oportunidades, com destaque para a região Nordeste.

A similaridade entre a proporção dos indivíduos que se percebem capacitados para empreender e dos que afirmam identificar oportunidades para se começar um novo negócio pode ser explicada pelo fato de que as oportunidades são normalmente identificadas em áreas relacionadas às atividades exercidas pelos indivíduos no seu dia-a-dia, às pessoas com as quais se relacionam e o conhecimento que possuem. (ANDREASSI; MACEDO... [et al], 2012, p.27)

Segundo Andreassi; Macedo et al, 2012 p. 28, “as respostas para as três questões são bastante próximas nas cinco regiões brasileiras” diz também que “ a região Centro-Oeste merece destaque pois obteve os percentuais mais

elevados nas duas primeiras questões e o segundo mais alto na terceira questão”.

Por fim, temos a Tabela 1.3 onde a proporção de empreendedores iniciais que afirmam conhecer alguém que começou um negócio nos últimos dois anos é significativamente maior do que entre os empreendedores estabelecidos. Isso se explica pelo fato de que os empreendedores em estágio inicial, ao decidir por empreender, buscam contatar outros empreendedores para colher informações importantes para o novo negócio.

Nessa tabela pode-se observar que o percentual de oportunidades e capacidades percebidas de empreendedores iniciais é maior que o percentual dos empreendedores já estabelecidos. Além disso, mostra que a diferença em relação ao medo do fracasso para empreendedores iniciais e estabelecidos é pequena.

2.2.3 A nova face do empreendedor

“O mercado é o lugar onde acontecem transações comerciais. (...) encontro da oferta com a demanda. Para participar é preciso ser demandante ou ofertante”.(Tranjan, 2014, p. 16)

Segundo a reportagem na revista Empreendedor feita por Trajan “empreendedor é aquele que assume o papel de ofertante. Antes quando o mercado era menos complexo, bastava oferecer algum produto ou serviço para ter uma trajetória bem-sucedida. Nos dias de hoje, nem sempre basta”.

Dizer que o mercado é lugar onde acontecem as transações comerciais é uma meia verdade. O empreendedor é um especialista da oferta, da manufatura do produto e do engendramento dos serviços. Para ganhar dinheiro com isso, resolve se especializar cada vez mais nessa elaboração. Procura fazer mais com menos (a isso dá-se o nome de produtividade), mais e melhor (a famosa economia de escala). A fórmula funciona e gera resultados nos mercados mais primitivos, mas perde força a cada dia nos amadurecimentos. Nestes o jogo é outro e bem mais complexo. (TRANJAN, 2014, p. 16)

“Especializar-se na oferta exige um novo conjunto de competências . Há de saber elaborar, produzir, confeccionar, construir, moldar concretizar. Mas o empreendedor não precisa cuidar disso tudo; pode terceirizar”, diz Tranjan, 2014.

O mercado antes era o lugar onde ocorriam as transações, hoje é um lugar de conversa, de comunicação, de rede, de relacionamento. Esse novo lugar, para empreendedor, tem o papel de promover uma conversa dentro da empresa e outra com o mercado.

“A nova oferta é, hoje, um construto sofisticado. Inclui ideia, design, informação, excelência, confiabilidade. É preciso assegurar a satisfação das pessoas de fora, ou seja, os clientes. São eles que é preciso fidelizar”. (TRANJAN, 2014, p. 17)

Para que a nova oferta dê certo, vai precisar do empenho das pessoas de dentro, ou seja, os colaboradores. São eles que é preciso comprometer. Essa é também uma conquista constante, que não se faz apenas por meio de remuneração e recompensas. Implica, da mesma forma, relacionamento, comunicação franca e aberta, escuta empática, aceitação e compreensão. E também certa humildade, rara nos líderes que comandavam os velhos mercados. (TRAJAN, 2014, p. 17)

Tranjan, 2014, p. 17, afirma que as pessoas tanto dentro como fora da empresa tem um mesmo desejo de serem tratadas como seres humanos. Com isso transforma o mercado em comunidade e faz com que o empreendedor se torne um líder.

Teve uma certa mudança no antes e depois, segundo Tranjan, 2014, p. 17:

O seu foco de atenção, antes concentrado na manufatura, agora se ajusta nas preocupações dessa comunidade. Antes, mais nas estratégias de negócios; agora, na criação de cultura de confiança mútua. Antes, mais na hierarquia e nas linhas de comando; agora mais na participação e criação em conjunto. Antes, mais nos proventos e benesses próprios; agora, em uma relação lucrativa para todos.

“O lado positivo disso tudo é que anova face do empreendedor é mais civilizada e cortês, virtuosa e solidária, capaz de criar negócios éticos,

humanos e verdadeiramente prósperos. A promessa de uma nova economia”. (TRANJAN, 2014, p. 17)

2.2.4 Mulheres empreendedoras

“O Brasil é o terceiro maior país em número de empreendedores. Atrás apenas da China e dos Estados Unidos, o Brasil possui 27 milhões de pessoas envolvidas ou em processo de criação de um negócio próprio”.(EMPREENDER (...), 2012, p. 12). “(...) na criação de um negócio (...) a proporção de mulheres à frente dos negócios é maior que a média mundial. De cada 100 empreendimentos iniciais, 49 têm comando feminino”. (EMPREENDER (...), 2012, p. 12)

Neste cenário, o Conselho Estadual da Mulher Empresária trabalha o desenvolvimento da mulher empreendedora com foco na superação das dificuldades encontradas nas atividades empresariais. A presidente do Ceme, Neiva Dreger Kieling, explica que o Conselho se apóia nos ideais de fomento ao empreendedorismo das mulheres, capacitação das empresárias em gestão e comportamento empreendedor, desenvolvimento de oportunidades para negócios e relacionamentos. “Com 30 Núcleos em Santa Catarina e mais de 600 mulheres participantes, o CEME tem realizado seu trabalho de forma itinerante valorizando as cidades independente da distância”. Foi neste contexto que nasceu o projeto “Desenvolvimento de Oportunidades de Negócios das Mulheres Empresárias de SC”. Desde então o projeto realizado pelo Conselho Estadual da Mulher Empresária (CEME), contempla ações focadas no desenvolvimento de competências empresariais e integração e geração de negócios entre as empresárias. A metodologia inclui: definição de estratégia empresarial, gerência do negócio, gerência de serviços e questão da qualidade. (EMPREENDER (...), 2012, p.12)

Para que cada empresária tivesse uma visão dos pontos a serem melhorados, mercado, finanças, recursos humanos e processos internos, a primeira ação do núcleo foi a realização de um diagnóstico. (EMPREENDER (...), 2012, p. 12)

Com o decorrer do diagnóstico foi acrescentado a perspectiva da responsabilidade social. Com esse tema pode ser percebido do quanto os empreendimentos geridos por mulheres faz a prática da responsabilidade social em suas empresas. O resultado foi que muitas praticam inúmeras ações, mas desconheciam que isso era responsabilidade social. Foi o que explicou a consultora do Ceme Glauciele Lerner. (EMPREENDER (...), 2012, p. 12).

Segundo a Revista Impresso, 2012, p. 19,

(...) a participação das mulheres na população é de 50%. A projeção para 2020 é que essa taxa permaneça. Já a representatividade feminina na População Economicamente Ativa (PEA) – pessoas ocupadas ou que estão procurando uma ocupação – vem crescendo ao longo dos anos. (...) a mulher conta com um grande crescimento de participação na modalidade “conta própria”, que são os empreendimentos sem empregados, passando de 32% em 2000 para 47% em 2020. (...) crescimento da participação das mulheres na categoria empregadoras. (...) as micro e pequenas empresas representam uma importante janela de oportunidades para as mulheres no mercado de trabalho.

De acordo com Castro et al 2005, p. 11, destacam-se três aspectos importantes com relação à participação feminina na população brasileira:

- Sua predominância no país: atualmente são 80 milhões de mulheres e 75 milhões de homens, enquanto em 1960 as duas populações se equivaliam;
- Crescimento da participação feminina no mercado de trabalho: enquanto as mulheres representavam 23% da população economicamente ativa (PEA) em 1971, em 1998 estima-se que esse índice já atingia 40%. Nesse período, o gasto com alimentação fora de casa cresceu de 7,5% para 11,9%(IBGE);
- Um terceiro aspecto é que muitas mulheres são hoje as principais responsáveis pela maior renda do lar.

No Brasil, as mulheres representam 40,4% da população economicamente ativa. Em apenas 30 anos, elas duplicaram sua participação no mercado de trabalho, embora, em média, continuem ganhando menos do que os homens quando atuam em funções equivalentes. Porém, a tendência é no sentido da equiparação, pois o rendimento médio das mulheres ocupadas, no Estado de São Paulo, vem obtendo um crescimento bem superior ao dos homens. Entre 1994 e 1998, o salário médio da mulher cresceu 28,8%, enquanto o do homem cresceu 10,8%, ou seja, uma diferença de 167% a favor do sexo que antigamente, muito antigamente, era chamado de frágil. Tudo indica que a recente estabilidade econômica com controle da inflação reforçará a tendência de queda da taxa de crescimento anual da população, e, mantendo-se o crescimento da participação da

mulher na população economicamente ativa, este novo perfil demográfico aproximará o Brasil de mercados mais maduros, como o europeu e o americano. Entretanto, a grande discrepância na distribuição de renda é um dos aspectos que ainda impedem esta semelhança. (CASTRO et al, 2005, p. 12)

2.2.4.1 Congresso de Mulheres empresárias

O Brasil, em 2013 foi a sede do XXIV Congresso Ibero-Americano de Mulheres Empresárias (Cime), na cidade de Uberlândia(MG), reunindo 12 países e 500 participantes.(Empresa(...), 2013, p. 24). “O objetivo desse encontro, é ampliar as oportunidades de negócios, fortalecer a participação das mulheres, no cenário econômico mundial, além de criar uma rede de comunicação e colaboração mútua entre as empresas ibero-americanas”.(Empresa (...), 2013, p.24).

Esse congresso mostrou a força do empreendedorismo feminino brasileiro, pois as mulheres representam 31% dos 22,8 milhões de empreendedores no país, de acordo com uma pesquisa feita pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad). (Empresa (...), 2013, p. 24)

Segundo a presidente do Conselho Nacional da Mulher Empresária, Avani Rodrigues, “temos trabalhado muito para criar os conselhos e promover e difundir o associativismo. Mas ainda há muito machismo. O conselho nacional atua com uma visão proativa, de forma a potencializar a mulher criando oportunidades de aprimoramento profissional, possibilitando a ampliação da sua área de atuação, promovendo uma capacitação cada vez maior e procurando fazer com que ela atue em um competitivo mercado de trabalho”.

O Cime abordou temas fundamentais para o empreendedorismo feminino, como o empoderamento da mulher; pioneirismo da mulher dos negócios; perfil na gestão; as mulheres e a humanização do mercado de negócios; negócios e família, temas para que as mulheres possam investir cada vez mais no empreendedorismo.

2.3 Liderança

Para Robbins (2007, p. 258 apud Barreto; Pereira, 2007, p. 12), liderança é a capacidade de influenciar um grupo em direção ao alcance de objetivos. Segundo o autor, seis traços costumam diferenciar os líderes dos liderados: ambição e energia, o desejo de liderar e influenciar, honestidade e integridade, autoconfiança, inteligência e conhecimentos relevantes da área sob sua responsabilidade.

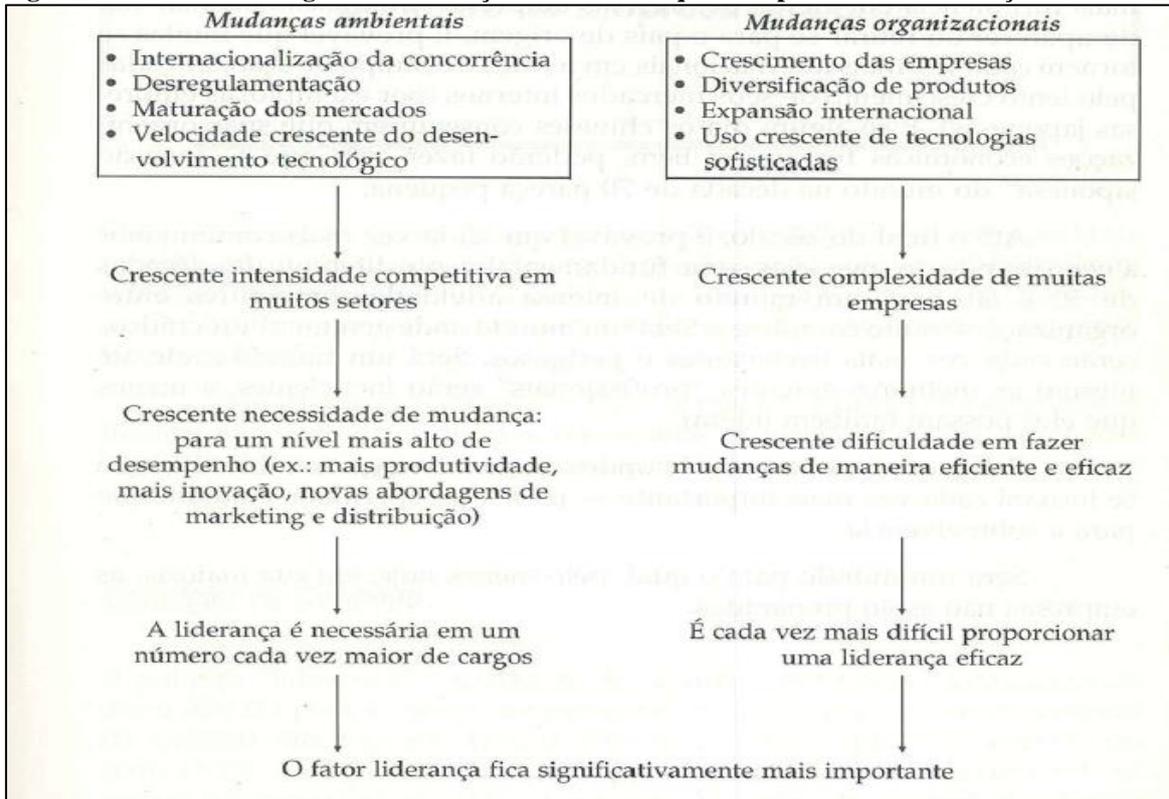
Qual a diferença entre administrar e liderar, entre administração e liderança? Enquanto a administração diz respeito ao enfrentamento da complexidade, a liderança diz respeito ao enfrentamento da mudança. Os líderes estabelecem direções por meio do desenvolvimento de uma visão de futuro; depois, engajam as pessoas comunicando-lhes essa visão e inspirando-as a superar obstáculos. Até o início do século XX, dizia-se que havia cinco funções gerenciais: Planejar, organizar, comandar, coordenar e controlar. Hoje, foram condensadas em quatro: planejar, organizar, liderar e controlar. (BARRETO; PEREIRA, 2007, p. 12).

Segundo Bergamini, 1994 apud Barreto; Pereira, 2007, p. 12-13:

Liderança pode-se definir a partir de quatro grandes funções estreitamente ligadas entre si: o funcionamento de uma política, de uma estratégia, a mobilização de equipes e o estabelecimento de alianças, de modo a criar uma cultura de empresa que seja motivadora. As pessoas necessitam de maestro-líder para combinar e desenvolver seu potencial energético. É inegável a importância do líder no desenrolar da psicodinâmica motivacional dos seus seguidores. De fato, liderar é ser capaz de administrar o sentido que as pessoas dão àquilo que estão fazendo.

A crescente intensidade competitiva e a crescente complexidade das empresas, são as duas mudanças no ambiente dos negócios. A primeira aumenta a necessidade de liderança em mais e mais cargos. Já a segunda, faz com que seja cada vez mais difícil lidar bem com o desafio de liderança nesses cargos. Mas se juntarmos as duas juntas faz com que as consequências da liderança adequada e inadequada assumam hoje uma dimensão diferente, conforme é demonstrado na figura 03.

Figura 3 - O cenário de negócios em mutações e suas consequências para o fator liderança



Fonte: Kotter, 1992.

Segundo Kotter, 1992, p. 24, liderança faz espírito empreendedorismo,

O tipo de liderança eficaz necessária nas grandes empresas de hoje é também similar ao e diferente do que em geral se considera “espírito empreendedor”. Ambos, por exemplo, envolvem assumir riscos (...). Mas, ao contrário dos líderes de negócios eficazes, os empreendedores bem sucedidos são em geral muito independentes, provincianos e competitivos. Isto é ótimo desde que estejam à testa de seus próprios negócios independentes (...). Mas, se forem absorvidos por uma empresa, devido à sua compra, por exemplo, causarão um conjunto de problemas previsíveis. É difícil que ampliem seu programa levando em consideração os interesses legítimos do resto da sua nova empresa e é raro que eles incluam outras pessoas-chaves da empresa em suas redes. Em vez disso, procuram continuar a operar como um negócio independente e, mais ou menos cedo ou mais tarde, acabam entrando em uma série de conflitos de difícil solução (...).

Na verdade, a principal razão de algumas pessoas não conseguirem imaginar uma empresa onde dezenas ou centenas de indivíduos desempenham um papel de liderança é igualarem líderes a esse tipo de empreendedor. Não percebem, em geral porque não conhecem bons

exemplos, que existem estilos de liderança diferentes daquele que costuma ser associado a empreendedores bem sucedidos.

É possível fazer algumas afirmações básicas sobre a liderança dentro do contexto da complexa organização moderna, segundo Kotter, 1992, p. 25:

- A liderança eficaz para qualquer atividade em organizações complexas é o processo de criar uma visão do futuro que leve em consideração os legítimos interesses a longo prazo das partes envolvidas nessa atividade; de desenvolver uma estratégia racional para se mover em direção a essa visão; de conquistar o apoio dos principais centros de poder cuja cooperação, anuência ou trabalho de equipe sejam necessários para produzir esse movimento; e de motivar em alto grau esse grupo central de pessoa cujas ações são fundamentais para implantar a estratégia.

- Neste sentido, liderança em geral não é a mesma coisa que aquilo que chamamos “administração”, embora, com certeza, os dois não sejam incompatíveis (na verdade, nos dias de hoje, ambos são cada vez mais necessários em cargos gerenciais). No fundo, administração é o processo de planejar, orçar, organizar e controlar alguma atividade através do emprego de técnicas (mais ou menos) científicas e de autoridade formal.

- Este tipo de liderança é também semelhante a e, contudo, diferente daquilo que muitas pessoas associam a espírito empreendedor. Os empreendedores bem sucedidos são como frequência (nem sempre) muito independentes, obstinados e provincianos, e, por isso, não se adaptam bem a organizações complexas, exceto como diretores presidentes.

- O tipo de liderança aqui discutido não é do domínio exclusivo do diretor presidente ou da alta administração. É encontrada, e cada vez mais necessária, em praticamente todos os níveis da hierarquia das organizações. Sem ela, as empresas parecem ter dificuldade para lidar com o ambiente de negócios complexo e de grande intensidade competitiva de hoje.

- A aparência real desta liderança – quer envolva charutos e vozes ríspidas, canções e cadillacs cor de rosa, quer envolva algo bem menos importante que qualquer dessas coisas – varia muito em setores e níveis

diferentes de empresa. As variações refletem um pouco o contexto específico envolvido (por exemplo, o tipo das pessoas, o tipo e a escala das atividades).

Há algumas teorias que tentam explicar a liderança: teoria dos traços, teorias comportamentais e teoria das contingências.

2.3.1 Teoria dos traços

Segundo Robbins, (2007 apud Barreto; Pereira, 2007, p. 13), “a teoria dos traços divide o líder em sociais, físicos, intelectuais ou de personalidade. A diferença entre líderes e não líderes pode ser observada por meio de sete traços básicos: ambição e energia; desejo de liderar, honestidade e integridade; autoconfiança; inteligência; elevado auto monitoramento e conhecimentos relevantes para o trabalho”.

De acordo com a autora Cecília Bergamini,(1994, p.28 apud Barreto; Pereira, 2007, p. 13):

(...) as qualidades pessoais do líder estão divididas em três grupos: no primeiro grupo estão os fatores, tais como altura, peso e aparência. No segundo grupo, estão as habilidades características como inteligência, fluência verbal, escolaridade e conhecimento. No terceiro grupo encontra-se uma ampla gama de aspectos de personalidade, tais como moderação, introversão, dominância, ajustamento pessoal, autoconfiança, sensibilidade interpessoal e controle emocional. Esse enfoque predominou até a década de quarenta e foram listados até 34 traços de personalidade considerados como características típicas da amostragem dos líderes eficazes. Hoje em dia, o enfoque na teoria dos traços está em desuso.

2.3.2 Teoria comportamental

Foi realizado um estudo sobre o comportamento dos líderes na Universidade de Ohio, onde foi constatado que há duas dimensões

independentes: consideração e estrutura de iniciação. A primeira é descrita como a capacidade das pessoas se relacionarem no trabalho caracterizando por confiança mútua, cuidando com os sentimentos de funcionários e respeitando suas ideias. Já o segundo se refere à extensão em que um líder é capaz de definir e estruturar seu próprio papel e o dos funcionários, alcançando assim, os resultados.

Os estudos da Universidade de Michigan, afirmam existir duas dimensões do comportamento da liderança: orientação para o funcionário e orientação para a produção. Quando orientados para os funcionários, são enfatizadores das relações interpessoais (associado a maior produtividade). Quando orientados para a produção, tendem a enfatizar os aspectos técnicos e práticos do trabalho. (ROBBINS, 2007 apud BARRETO; PEREIRA, 2007, p. 13).

2.3.4 Teoria das contingências

Na teoria da contingência, o foco é a influência da situação. Segundo Robbins, 2007, p. 263 apud Barreto; Pereira, 2007, p.15,

(...) algumas abordagens para a identificação de variáveis situacionais básicas tiveram mais sucesso que outras e, assim receberam amplo reconhecimento, a saber: o modelo de Fiedler; teoria situacional de Hersey e blanchard; teoria da troca entre líder e liderados; modelo de meta e caminho; e modelos de participação e liderança.

2.2.5 Agronegócio

Segundo a Revista Impresso, 2012, p. 32, “a agricultura brasileira teve um crescimento de 247% nos últimos 35 anos conseguindo preservar 73 milhões de hectares de mata virgem. Nosso país, a cada ano, consegue produzir mais em menos espaço, refletindo a alta tecnologia que envolve cada

um dos processos da cadeia produtiva do agronegócio brasileiro. A área do campo destinada a atividades rurais, nesse mesmo período, cresceu apenas 35% enquanto que a produtividade aumentou 151%”.

Os números da produção agrícola são suficientes para fazer o mundo se curvar diante de nossa soberania, no que diz respeito ao setor. Talvez, em pouco tempo, o verde da bandeira brasileira não reflita mais as nossas matas, mas sim, nossa agricultura. Atualmente, somos o terceiro maior produtor mundial de alimentos. Em 2010, o Brasil liderou a produção e exportação de açúcar, café, laranja e etanol. Só os Estados Unidos importaram mais de US\$ 3 bilhões em 2010, aumento de 16,3% em relação a 2009. (REVISTA IMPRESSO, 2012, p. 32)

Mas todo esse crescimento não tem origem no mercado externo. Na verdade, o crescimento do poder aquisitivo brasileiro foi grande responsável pelo o aumento da produção do setor. “Atualmente, 70% da produção é para consumo do mercado interno”, afirma a Revista Impresso, 2012, p. 32.

A criação de gado de corte também teve aumento recorde, atingindo 39% de expansão nos últimos 11 anos. Foram surpreendentes 11,4 toneladas de carne só no ano passado. Se a tecnologia em adubos evoluir (o gado cresce em pasto), a produção pode aumentar ainda mais, sem que seja necessário aumentar a área de pasto. (REVISTA IMPRESSO, 2012, p. 32)

De acordo com a Revista Impresso, 2012, p.32, “o agronegócio responde por 36% dos empregos e 22,4% do Produto Interno Bruto (PIB), trazendo para os cofres do país US\$ 467,9 bilhões. Das exportações, são 37,9%, que totalizam cerca de US\$ 76,4 bilhões”.

Esses dados foram apresentados pela senadora Kátia Abreu, que também é presidente da Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA) durante um seminário nos Estados Unidos, onde teve a participação de professores e alunos do Programa de Estudos Brasil, debatendo os desafios do agronegócio brasileiro para alimentar o mundo de forma sustentável.

A senadora arriscou dizer que o Brasil é a solução para garantir a alimentação mundial sem destruir o meio ambiente. Mas os números podem ser ainda maiores se houver investimentos em pesquisa, incentivo à doação de novas tecnologias e a reforma do Código Florestal Brasileiro.

No que depender de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), o agronegócio vai à contramão dos outros setores, que planejam para manter ativas suas perspectivas de desenvolvimento. Dos setores econômicos do Brasil, o agronegócio é o que está mais avançado e na comparação internacional, o país é líder em geração de inovações para a agricultura tropical, referência para todos os países que se situam na mesma faixa de latitude. (...) nos últimos 25 anos a área de plantio de grãos manteve-se praticamente estabilizada, enquanto a produção subiu mais de 300%. Em números pode-se dizer que, entre 1977 e 2011, a produção subiu de 40 para 160 milhões de toneladas, devido a um aumento da produtividade sustentável de grãos de 1.000 para 3.300 kg/ha (quilos por hectare). Em taxas anuais, neste período a produção cresceu 3,54% ao ano, a produtividade 2,64% ao ano e a área apenas com 0,88% ao ano (...) nos últimos 50 anos, apenas pelos ganhos de produtividade sustentável, foi possível evitar o desmatamento de 40 milhões de hectares, que teriam de ser cultivados para obter a mesma produção, se não houvesse o avanço da produtividade agrícola entre 1960 e 2011. (REVISTA IMPRESSO, 2012, p. 33)

Tabela 5 - Pesquisa do agronegócio

PESQUISA SNA MOSTRA AGRONEGÓCIO OTIMISTA	
<i>Sociedade Nacional de Agricultura fez levantamento com 100 pessoas ligados ao setor e mostrou que a maioria confia na melhora dos negócios*.</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Sobre a economia global 	<ul style="list-style-type: none"> 67% confiam que em 2013 será melhor que 2012 21% acham que será estável 56% consideram que estará melhor em 2013
<ul style="list-style-type: none"> • Sobre a política governamental para o segmento 	<ul style="list-style-type: none"> 29% consideram boa 56% consideram regular 15% consideram deficiente
<ul style="list-style-type: none"> • Sobre os principais obstáculos do setor ao longo prazo 	<ul style="list-style-type: none"> 97% consideram a infraestrutura o principal entrave 71% consideram a preocupação com o cenário global 68% lembraram das incertezas da política ambiental 66% consideram (pela primeira vez) a falta de mão-de-obra qualificada
<ul style="list-style-type: none"> • Sobre a natureza dos entrevistados 	<ul style="list-style-type: none"> 55% são produtores 25% são consultores 20% são representantes da cadeia do agronegócio
<i>*A pesquisa levou em conta que a safra deste ano já está formada e que os empresários planejam a produção que será colhida no ano que vem.</i>	

Fonte: Revista Impresso, 2012

De acordo com a Revista Impresso, 2012, p. 34, mostra que o agronegócio pode causar desinustrialização:

Ao contrário do que muitos pensam, o agronegócio é um dos mais prejudicados quando o assunto é a carga tributária, pois tem tributações que chegam a 40%. Poucos são os produtores agrícolas que não passam por uma etapa de processamento industrial e, nestes casos, a incidência tributária prejudica a cadeia e faz parte do conjunto chamado de custo Brasil. (...) Em alguns casos o

desalinhamento tributário é de tal ordem, eu realmente impede a industrialização de produtos agrícolas.

“O processo de desindustrialização, resultado do real valorizado e insumos e serviços muito caros no mercado interno, é prejudicial para toda a economia”, explica a revista *Impresso*, 2012, p. 34.

2.4 CAMPO FÉRTIL

Fazem parte do segmento econômico denominado agricultura familiar, as famílias que se unem e colocam sua força de trabalho nas produções agrícola, florestal e pesqueira, pastoril e aquícola. A atividade de pequena escala, está intimamente ligada à segurança alimentar mundial, à preservação dos alimentos tradicionais, à proteção da agrobiodiversidade e ao uso sustentável dos recursos naturais. Além disso, a agricultura familiar representa uma oportunidade para impulsionar as economias locais, especialmente quando combinada com políticas específicas destinadas a promover a proteção social e o bem-estar das comunidades. Foi por tudo isso que a ONU (Organização das Nações Unidas) declarou 2014 como o Ano Internacional da Agricultura Familiar.

De acordo com Rezende, 2014, p. 23,

No Brasil, esta atividade é representada por 84% dos estabelecimentos agropecuários do país e ocupa diretamente mais de 12 milhões de pessoas (74% da mão de obra no campo). Apesar de os agricultores familiares ocuparem apenas 24% da área agrícola do país, respondem por cerca de 33% do valor total da produção no campo, segundo dados do Censo Agropecuário 2006 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). O governo federal oferece alguns programas que incentivam a atividade e se percebe uma melhoria na qualidade de vida de muitos agricultores, entretanto é preciso avançar para aumentar a conscientização da sociedade sobre os desafios que os pequenos produtores enfrentam.

Tabela 6 - Dados da Agricultura Familiar

AGRICULTURA FAMILIAR	
NO BRASIL	
➤	84% dos estabelecimentos agropecuários
➤	24% da área agrícola do país
➤	74% da mão de obra no campo (12 milhões de pessoas)
➤	33% do valor total da produção no campo
NO MUNDO	
➤	500 milhões de agricultores
➤	80% dos alimentos consumidos pela população mundial

Fonte: Empreendedor, 2014.

O governo federal beneficia os produtores rurais através de programas de incentivo. Um deles é o Programa Mais Alimentos do Ministério do Desenvolvimento Agrícola (MDA). Criado em 2008, é uma linha de Crédito do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf) onde financia a modernização das propriedades familiares.

Por meio do Mais Alimentos, o agricultor familiar pode acessar até R\$ 130 mil, com taxa de juros de 2% ao ano, 10 anos para pagamento e três anos de carência. A partir do Plano Safra da Agricultura Familiar 2010/2011, o Mais Alimentos passou a financiar também os projetos coletivos de até R\$ 500 mil. (REZENDE, 2014, p. 23)

O governo federal, através do Pronaf, disponibiliza crédito rural com a finalidade de estimular a geração de renda e melhorar o uso da mão de obra familiar, por meio do financiamento de atividades e serviços rurais desenvolvidos em estabelecimento rural ou em áreas comunitárias próximas. “Atualmente, 4,7 milhões de agricultores familiares possuem a Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP), documento que garante acesso a esses programas”, explica Rezende, 2014, p. 25. Afirma também que “outras 2,8 mil entidades ligadas aos agricultores familiares possuem registro de pessoa jurídica no Pronaf”.

Mas para conseguir essa ajuda do governo, é consolidada uma proposta ou projeto de crédito elaborado com o apoio de técnicos da extensão rural, especialmente quando o financiamento é para o investimento na melhoria da infraestrutura de produção e serviços agropecuários ou não agropecuários da unidade familiar, para empreendimentos que vão contribuir para a agregação de valor à produção primária, aquisição de máquinas e equipamentos.

Além do Programa Mais Alimentos, há também as operações de custeio, onde é a linha mais procurada pelos agricultores. Esses créditos se destinam ao financiamento das despesas de custeio agrícola ou pecuário.

Outra linha de financiamento muito acessada é o grupo B do Pronaf. Trata-se de um microcrédito produtivo rural orientado ao apoio de atividades agropecuárias e não agropecuárias desenvolvidas no estabelecimento rural ou em áreas comunitárias rurais próximas.

A implantação, ampliação ou modernização da infraestrutura de produção e prestação de serviços agropecuários e não agropecuários, o turismo rural, a produção de artesanato ou em outras atividade que sejam compatíveis com o melhor emprego da mão de obra familiar no meio rural também integram a lista de atividades cadastradas para receber o crédito. O financiamento do Grupo B do Pronaf pode cobrir qualquer demanda que possa gerar renda para a família atendida. (REZENDE, 2014, p. 26-27).

As necessidades dos produtores se concentram em conseguir financiamento para plantio de culturas alimentares de consumo interno, especialmente frutas, hortaliças, milho, feijão, soja, mandioca e produção de leite, através dos pedidos de financiamento de atividades produtivas geradoras de renda do meio rural. (Rezende, 2014, p. 27)

Segundo o diretor do MDA, o governo federal trabalha para atender a demanda desses agricultores, por meio de um conjunto de políticas públicas, que além do Pronaf envolve o Programa de Garantia de Preços para a Agricultura Familiar (PGPAF) e o Seguro da Agricultura Familiar (SEAF). (REZENDE, 2014, p. 27)

De acordo com Rezende, 2014, p. 27,

Os programas de compras públicas integram outras políticas que se destinam a impulsionar a agricultura familiar e ampliar o acesso da população aos alimentos. Entre eles, (...) o Programa de Aquisição de Alimentos investiu R\$ 5,3 bilhões em uma década. Nesse período, foram comprados 4 milhões de toneladas de produtos da agricultura familiar. Em todo o Brasil, forma mais de 1,3 milhão de operações de compra de alimentos de 388 mil produtores. Já o Programa Nacional de Alimentação Escolar investiu mais de R\$ 745 milhões na compra de produtos da agricultura familiar de 2010 a 2012.

2.4.1 Extensão Rural

A extensão rural pode ser definida como um processo educativo que propicia às famílias rurais assistência técnica, econômica e social, visando ajuda-las a elevar sua qualidade de vida, com sustentabilidade e com o mínimo possível de dano ao meio ambiente. Tal objetivo requer mudanças de atitudes, hábitos e habilidades por parte das famílias rurais. As ações de um agente de extensão devem ser tecnicamente possíveis economicamente justificáveis, socialmente desejáveis, financeiramente viáveis, politicamente aceitáveis, ecologicamente corretas e sob todos os pontos de vista mencionados, sustentáveis. (Olinger, 2006, p. 11)

Há relatos que o imperador romano Adriano, visitando o Egito, já encontrara instrutores do faraó ensinando os agricultores das margens do Rio Nilo a plantar o trigo irrigado.

Portanto, a atividade extensionista é praticada a muitos séculos e está intimamente ligada ao desenvolvimento da agricultura do século XX. O extensionismo de maior destaque, como iniciativa de instituição pública, teve origem nos estados Unidos e surgiu por necessidade numa época em que havia abundância de terras agricultáveis e o fator escasso era o elemento humano capacitado para exercer a atividade agropecuária de forma produtiva e, ao mesmo tempo, lucrativa. (OLINGER, 2006, p. 11)

O interesse maior do serviço de extensão rural era habilitar o agricultor e seus familiares a obter maior produtividade resultante do trabalho realizado através do uso correto dos fatores de produção, principalmente quanto aos novos insumos, à mecanização e ao crédito. A extensão nasceu, e continua sendo, como um instrumento de ensino e educação informais, fora

dos moldes da escola básica, precisamente para que os agricultores, as donas de casa e os jovens rurais tenham oportunidade de se instruir sem prejudicar as domésticas cotidianas ou abandoná-las. (Olinger, 2006, p. 11)

Segundo Olinger, 2006, há outras definições sobre extensão rural:

- Extensão rural é um processo educativo que visa o desenvolvimento rural, utilizando métodos simples e práticos que levam o homem do campo a interpretar e responder, de maneira apropriada, as mensagens de mudanças, através de amplos processos de participação na identificação de suas necessidades e resolução de seus problemas.

- Extensão rural é processo de trabalho corporativo, baseado em princípios e métodos educacionais, que tem por fim levar diretamente a adultos e jovens no meio rural ensinamentos sobre a agricultura, pecuária e economia doméstica, visando a modificar hábitos e atitudes do produtor rural e sua família, possibilitando-lhe a renda e melhorando seu nível de vida.

- Para os franceses: “É a difusão de conhecimentos técnicos, econômicos e sociais, necessários aos agricultores, principalmente para elevar o seu nível de vida e melhorar a produtividade de suas explorações”. (Decreto de 11 de abril de 1959).

- Para os argentinos: “Extensão é a educação não-formal para o desenvolvimento do homem e da comunidade rural, entendendo por desenvolvimento o melhoramento da qualidade de vida através do aumento da produção e da rentabilidade, produto da correta aplicação da tecnologia em função de suas necessidades e propriedades”.

- Para os americanos do norte: “Extensão rural é um processo de ensino extraescolar que visa ajudar as famílias rurais a elevar o seu nível de vida”

- Para Glauco Olinger: Extensão rural é um processo educativo que tem por fim elevar a produtividade do trabalho e a qualidade de vida das famílias rurais sem dano ao meio ambiente.

Alguns princípios segundo Olinger, 2006, que merecem destaque nos quais se baseia a extensão rural:

- A atividade extensionista é fundamental nas condições existentes. Isto implica o conhecimento mais aprofundado possível da realidade rural. Para tanto, o agente de extensão deve ter contato pessoal com a população e com o

meio ambiente com o qual e no qual vai atuar. O estudo da realidade envolve os aspectos culturais, geográficos, econômicos, sociais, políticos, financeiros, tecnológicos e outros que possam ser importantes. Com o maior detalhe possível devem ser conhecidos os problemas relacionados ao ensino e à educação, à higiene e à saúde, à alimentação, à habitação, ao lazer, à produção e à produtividade agrossilvipastoril, ao sistema de transporte, ao mercado para a comprada produção, ao nível de conhecimentos básicos e administrativos dos produtores rurais e outros que possam ter igual importância.

- O trabalho de extensão rural deve envolver o povo em ações que promovam o seu bem estar. É preciso que haja a melhor integração possível entre o agente de extensão e a população existente na sua área geográfica de trabalho. O ideal é que exista uma verdadeira parceria entre o extensionista e as famílias rurais, ou seja, uma melhor distribuição de responsabilidades e compromissos para ambas as partes. O fracasso ou o sucesso de um ou outro será lamentado ou comemorado por ambos. O agente de extensão deve ajudar o povo a reconhecer suas necessidades e a acreditar que ele pode melhorar sua situação.

- O trabalho de extensão deve ser realizado de forma gradual. O primeiro obstáculo a ser removido é a descrença. Por tanto, a competência, a honestidade profissional, o entusiasmo pelo trabalho que é realizado, a paciência e a perseverança são requisitos indispensáveis. Uma das primeiras conquistas a serem alcançadas pelo extensionista é o de ganhar a confiança das famílias rurais. A forma para obter tal condição está intimamente ligada ao comportamento do extensionista perante a sociedade com a qual interage.

- O trabalho de extensão rural deve basear-se no interesse e nas necessidades do povo. Para tanto é necessário dialogar com os agricultores, individualmente e com grupos comunitários, incluindo todos os membros constituintes das famílias, adultos e jovens. Os interesses individuais e comunitários de determinadas localidades devem ser ajustados às políticas governamentais, ao nível tecnológico existente e aplicável, à disponibilidade de recursos necessários (financeiros, humanos, materiais), às possibilidades de mercado para a colaboração dos produtos, entre outros.

- O trabalho de extensão deve usar métodos democráticos. O agente de extensão não impõe. Pode propor e debater uma proposição ou provar através de demonstrações adequadas que a proposta é boa para o agricultor. O uso democrático da ciência aplicada é um bem público.

- O trabalho de extensão rural tem base no princípio didático que encomenda “ensinar a fazer, fazendo”. Deste princípio decorre outro da mais alta importância, que é necessidade de contato direto do agente de extensão com as famílias rurais em suas unidades de produção e com os grupos comunitários nas localidades onde vivem.

- “Conheça seu povo, conheça sua área geográfica de trabalho” – é um princípio se o qual o agente de extensão não apresentará um bom desempenho ou colherá bons resultados pelos serviços prestados. Para tanto, o extensionista precisa conviver com as famílias rurais, no próprio meio onde vivem a maior parte do tempo que lhe é exigido em serviço.

- O trabalho de extensão rural deve ser flexível. Os tempos mudam as políticas governamentais, as exigências dos mercados, os avanços da ciência e tecnologia, as demandas por bens de consumo (essenciais ou não) por parte das famílias rurais, além de outras transformações. Daí a necessidade do serviço de extensão ajustar-se permanentemente, às novas circunstâncias, sob pena de fossilizar-se nos seus métodos de ação e ter, como consequência, a perda de prestígio e a própria existência. Por isso, planejamento, a execução e a avaliação dos planos, programas e, projetos de extensão devem ser realizados em parceria com os produtores rurais, autoridades e instituições com responsabilidade e interesse no desenvolvimento rural.

- O trabalho de extensão deve levar em conta a cultura e o sistema de crença das comunidades. O serviço de extensão facilita as mudanças e, ao mesmo tempo, ajuda as pessoas a se ajustarem a elas. É preciso considerar o conhecimento científico e o conhecimento popular, e da mescla de ambos decidir o melhor rumo a tomar.

- O trabalho de extensão deve utilizar as lideranças locais. Os líderes são eficientes multiplicadores dos extensionista locais.

- O trabalho de extensão é cooperativo. O agente de extensão deve trabalhar com as instituições existentes na sua área de ação, principalmente

com as organizações comunitárias. O trabalho com grupos organizados facilita e multiplica a ação extensionista.

- O serviço de extensão deve valer-se de especialistas para fazer a ligação entre os pesquisadores e outras fontes de informações úteis e os extensionista locais e produtores rurais.

- O trabalho de extensão é realizado com todos os membros da família rural. O lar é a base do serviço. A família é a unidade social e local do trabalho e o fundamento da ação extensionista.

- O trabalho de extensão deve ser avaliado continuamente. A avaliação é que orienta as mudanças de rumo necessárias. Pela avaliação é comparada uma situação anterior com a presente. Há duas avaliações distintas e obrigatórias, a saber:

- avaliação de desempenho do empregado de serviço de extensão;

- avaliação de resultados alcançados em decorrência da execução dos planos, programas e projetos de extensão.

- O serviço de extensão rural público dá prioridade aos agricultores familiares, pequenos agricultores e assentados dos programas de reforma agrária.

- Para que um serviço de extensão apresente retorno econômico e social, a curto e médio prazos, no seio de famílias rurais trabalhadas e pobres, é condição, sem a qual não haverá sucesso, que o imóvel rural e a força do trabalho disponível contenha, para tanto, o potencial necessário. Trata-se aqui da área agricultável, da fertilidade e topografia dos solos, do clima, da disponibilidade de água, da distância do mercado consumidor, da quantidade e qualidade/homem existente, entre outros fatores.

2.5 AGRICULTURA FAMILIAR

“Em países capitalistas, a base social do desenvolvimento agrícola é formada por unidades produtivas, onde a gestão, o trabalho e as regras de sucessão patrimonial são predominantemente familiares” (GUANZIROLI, 1996)

apud MARQUES; NORONHA, 1998, p. 20). Assim sendo, a agricultura familiar dica definida a partir de três características centrais:

- A gestão da unidade produtiva e os investimentos nela realizados são feitos por indivíduos que mantêm entre si laços de sangue ou de casamento;
- A maior parte do trabalho é igualmente fornecida pelos membros da família;
- A propriedade dos meios de produção pertence à família e é em seu âmbito que se realiza sua transmissão em caso de falecimento dos responsáveis pela unidade produtiva.

Com base nessa caracterização, o Pronaf deve ser entendido como um esforço governamental de intervenção na realidade rural brasileira, que tem como opção de desenvolvimento o fortalecimento da agricultura familiar.

Segundo Marques; Noronha, 1998, p. 20,

(...) no programa, existe uma “linha de ação” denominada Financiamento da Produção, na qual o agricultor familiar, para fins de acesso ao crédito rural, está caracterizado como sendo aquele produtor que tenha na atividade agrícola, no mínimo, 80% de sua renda, que explore uma área igual ou inferior a quatro módulos fiscais, utiliza fundamentalmente a mão de obra familiar e resida na propriedade rural ou em aglomerado urbano próximo.

De acordo com Marques; Noronha, 1998, p. 20, “agricultor familiar é todo aquele que, condição de proprietário, parceiro, posseiro ou arrendatário cultive a terra, juntamente com seus familiares”. Afirmou também que “agricultura familiar é aquele que, juntamente com sua família, vive profissionalmente da agricultura”.

2.5.1 Comunicação Rural

“Se atentarmos para o comportamento dos veículos de comunicação da massa no país, veremos que não se pode dizer que eles, à semelhança das empresas e dos bancos (...), têm necessariamente os mesmos interesses dos agricultores”, relata Holz et al, 1989, p. 19.

O peso político e econômico que decide as concessões na área de radiodifusão e o patrocínio das programações e da publicidade se faz sentir muito mais junto aos segmentos que estão fora das bases rurais. E tanto as empresas como os bancos podem ser afetados pelo desempenho da agricultura, embora eles possam ter interesses completamente antagônicos aos dos mini, dos pequenos e dos médios produtores rurais e mesmo que o desenvolvimento da agricultura lhes preocupe. O passado recente do cooperativismo e do sindicalismo brasileiros está repleto de ocorrências que evidenciam este fato. A possibilidade de o agricultor participar do conteúdo da comunicação é o que realmente vai defini-la como comunicação rural, o que ocorre de maneira mais perceptível em sindicatos e cooperativas, que são autônomos. Porém mesmo sendo promovida pelo Estado, a comunicação pode ser influenciada pelo agricultor, o que acontece, às vezes em projetos desenvolvidos por órgãos oficiais. (HOLZ et al 1989, p. 20)

A concepção de que só é comunicação rural aquela patrocinada pelo agricultor, através de organismos governamentais ou de associações, é um pressuposto fundamental para se pensar, organizar e tornar mais eficaz todo o seu processo, mesmo considerando-se que as contradições existentes na sociedade refletem-se em todos os organismos do estado e se reproduzem, conseqüentemente, nas cooperativas agropecuárias.

A comunicação humana tem merecido a atenção dos estudiosos que tentam compreender e explicar este processo. Várias teorias surgiram procurando descrever a comunicação. A mais clássica é a do linguista Jakobson que identifica os fatores constitutivos do ato de comunicação verbal. (...) ela envolve uma cadeia de elementos, ou seja: remetente, destinatário, código, mensagem, contexto, canal. (PINOTTI, 2007, p. 09).

De acordo com Pinotti, 2007, p. 09, “a comunicação rural é compreendida como um conjunto de fluxos de informação, de diálogo e de influência recíproca existente entre os componentes do setor rural e entre eles e os demais setores da nação afetados pelo funcionamento da agricultura”.

Segundo Holz et al, 1989, p. 20, a importância da comunicação rural pode ser medida pelo fato de:

- Os agricultores poderem interferir na qualidade da comunicação rural (forma, abordagem, conteúdo).
- Os interesses dos proprietários dos veículos de comunicação de massa ou das empresas e dos bancos privados não serem, necessariamente, os

mesmos da grande massa de pequenos e médios produtores rurais, ou dos sem terra.

- Os veículos de comunicação de massa virem ampliando sensivelmente sua influência sobre os agricultores e a agricultura através de publicações. Programações especiais, publicidade etc.

Não se trata de refazer, criar, refutar ou propor conceitos, mas chamar a atenção para as condições especialíssimas de que dispõe os agricultores para gerar e gerir a sua comunicação (Holz et al, 1989, p. 20).

Se passarmos rapidamente os olhos pela comunicação de base realizada no Brasil, veremos que nenhum grupo detém potencial tão forte para criar seus próprios canais, nem operários, nem pescadores, nem funcionários públicos etc. por um lado, os agricultores organizados em cooperativas têm condições econômicas para assumir a sua comunicação; por outro, eles estão sensivelmente menos expostos ao fantástico volume de informações com que é bombardeado o homem urbano. Finalmente, a comunicação cooperativista importa à própria sobrevivência do sistema, e o insucesso de inúmeras cooperativas nos últimos tempos leva a pensar mais seriamente sobre isso. (HOLZ et al, 1989, p. 20)

Holz et al, 1989, p. 21, afirma sobre a necessidade de profissionalização nos meios de comunicação:

Enquanto a imprensa privada avança rapidamente e chega ao leitor (urbano e rural) com um padrão qualitativo cada vez maior a imprensa das cooperativas e do Estado se profissionaliza com demasiada lentidão. Houve um avanço acentuado no campo da produtividade, da pesquisa, da administração e da agroindústria, mas a comunicação rural tem avançado apenas graças aos esforços isolados de alguns comunicadores. O cooperativismo e o Estado não promoveram, ainda, uma concentração de esforços no sentido de pensar numa saída para a comunicação rural por eles praticada. Os veículos de comunicação de massa, hoje utilizados pela sociedade moderna em todo o mundo, são, ainda, em grande parte, tratados por eles com um injustificável amadorismo.

2.5.2 Inclusão digital em comunidades rurais

A inclusão digital são projetos e ações que facilitam a interação das de baixa renda com as tecnologias da informação e comunicação, proporcionando acesso a informações disponíveis na rede mundial internet para esses usuários, além de possibilitar a produção local de conteúdos na rede. O programa de inclusão digital requer grandes investimentos e por isso se transforma num grande desafio para governos de países subdesenvolvidos e em desenvolvimento.

O produtor rural, mesmo desejando cursar uma Universidade, mantém firme convicção acerca de seus objetivos, reconhece e identifica sua condição de produtor rural: a informática é caracterizada como uma ferramenta útil ao trabalho que exerce, e seu aprimoramento profissional (se for o caso) deve contemplar seus objetivos. (PORCIÚNCULA, (entre 2005 e 2006), p. 04).

Quantas pessoas utilizam telefone celular no Brasil? O telefone celular também é uma tecnologia digital e quem o usa acessa serviços e conteúdo digitais.

Outro conceito é o da Digital Divide network (2005 apud Feliciano,2007), que se refere à inclusão digital como “a brecha existente entre aqueles que conseguem utilizar de forma efetiva as tecnologias da informação e da comunicação, tais como a internet, e aqueles que não conseguem utilizar de forma efetiva as tecnologias da informação e da comunicação, tais como a internet, e aqueles que não conseguem.

Para Rangel (2005 apud Feliciano,2007), inclusão digital “é um processo em que uma ou um grupo de pessoas passa a participar dos métodos de processamento, transferência e armazenamento de informações que são do uso e dos costume de um ou de outro grupo, passando a ter os mesmos direitos e os mesmos deveres dos já participantes do grupo já incluído”.

Baggio (2003 apud Feliciano,2007) acrescenta que, “o analfabetismo digital, ao afetar a capacidade de aprendizado, a conectividade e a disseminação de informação em conhecimento pelo usuário permitirá configurar um verdadeiro mapa de oportunidades políticas de informação digital”.

Como se observa, os conceitos e definições são complementares e auxiliam a ter uma visão mais clara de amplitude e complexidade das ações desenvolvidas em projeto de inclusão digital. Em Santa Catarina, por meio do Programa Beija-Flor, as ações visam a disponibilizar locais pluriativos, onde são utilizadas ferramentas de tecnologia da informação com vistas ao exercício da cidadania, passando efetivamente da obtenção da informação, por atividades ligadas aos papéis dos grupos comunitários, até a efetiva inserção no mercado de trabalho dos beneficiados pelas ações resultantes da união entre poder político, setor privado e terceiro setor.

Inúmeros são os sentimentos que afloram quando o debate gira em torno dos temas exclusão social e digital. Fica claro, pelo o que já foi mencionado, que há necessidade de uma política de inclusão digital mais ousada para o Brasil. Há também carência de uma maior integração entre instituições que desenvolvem ações de inclusão digital, sobretudo pelo fato de que agirem com os mesmos objetivos e atendendo ao mesmo público, os sem-cesso. (Feliciano,2007)

No Brasil, inúmeras são as iniciativas de inclusão digital que vêm sendo desenvolvidas principalmente pela associação entre Estado, Iniciativa Privada e Terceiro Setor. De forma isolada, todos os estados da Federação e o próprio governo federal, bem como diversos municípios possuem programas de inclusão digital e desenvolvem ações nessa área.

Santa Catarina, preocupada com a questão, e não somente com o meio urbano, mas com a exclusão digital daqueles que vivem no meio rural e pesqueiro, estabeleceu como uma das dez ações prioritárias da Secretaria estadual de Agricultura a execução de um programa de inclusão digital. Valendo-se de farta bibliografia, de contatos com instituições de outros estados da Federação, técnicos de instituições parceiras e com os resultados de uma pesquisa desenvolvida também por técnicos do quadro da Secretaria Estadual (...), além de outras fontes, iniciou ainda em 2004, ações de inclusão digital em comunidades rurais, proporcionando aos catarinenses, residentes nas localidades contempladas, o acesso a novas ferramentas de tecnologia da informação.

O programa Inclusão Digital Rural abre oportunidades de crescimento a homens e mulheres do campo, com capacitações sobre o uso adequado e eficiente das novas tecnologias, do computador e da internet. É um curso oferecido pelo SENAR, no canal do produtor, com duração de 16

horas, os cursos de inclusão digital ensinam noções básicas de informática, como criar um e-mail. (SENAR, 2014).

Objetivos do programa do SENAR são:

- Dar oportunidade aos produtores de conhecer novas tecnologias para implantar na sua propriedade rural, que certamente terão reflexos no aumento da produtividade;
- Beneficiar os produtores e trabalhadores rurais com informações que agreguem conhecimentos modernos ao seu meio com vistas a alcançar a eficiência na propriedade rural;
- Oferecer ferramentas de gestão de propriedades rurais com material pedagógico disponibilizado por meio eletrônico;
- Oferecer ferramentas de gestão de propriedades rurais com material pedagógico disponibilizado por meio eletrônico;
- Proporcionar a qualificação profissional e Inclusão Digital Rural em todas as regiões do Brasil;
- Promover mudança de hábito e comportamento com vistas à nova identidade do produtor como empreendedor rural;
- Incrementar as formas de aprendizado por meio do ensino a distância;

Feliciano et al. (2004) apud, ao tratar do tema do uso de ferramentas de tecnologia da informação e comunicação, em pesquisa realizada com associações de produtores rurais de Santa Catarina, apontam para uma mudança nos rumos de pensar os meios de comunicação, a transferência de informações e conhecimentos entre as instituições do setor público agrícola e os produtores rurais, quando discutem a forma pela qual as informações do setor. Diante dos resultados apresentados, os autores sugerem a criação de um canal de comunicação com maior amplitude de acesso, em espaço público e com possibilidade de utilizar os recursos disponíveis em horários alternativos, ou seja, períodos em que o agricultor pode deixar sua lida para buscar informações.

Dessa forma, o Programa Beija-Flor, que propõe uma política pública de inclusão digital, tomou forma prática com a implementação das primeiras 19 unidades em 2004/2005, chegando, no início de 2006, a 58 unidades de inclusão digital. No primeiro semestre de 2007 serão implementadas 25 novas unidades, totalizando 83. O conceito desse projeto está baseado em experiências consagradas, já em

desenvolvimento no Brasil. Os telecentros rurais ou centros de acesso ao conhecimento, ou mesmo espaços de democratização da informática e cidadania, são locais públicos e de fácil ingresso, onde estão disponibilizados serviços de acesso a micro computadores e a internet, serviços de capacitação na área de informática e de mais ações de utilidade pública que fortalecem o poder da participação social e a consciência de cidadania dos atores sociais.

A Secretaria estadual de Agricultura e seus parceiros, que no atual momento, tamanha integração, podem ser chamados de cúmplices no Programa Beija-Flor, pretendem garantir aos cidadãos, sobretudo aos residentes no meio rural e pesqueiro, acesso gratuito não somente ao ambiente onde estão concentrados instrumentos tecnológicos, mas principalmente, a um espaço onde a cultura, a informação, a educação e o espírito coletivo estejam inseridos e ao mesmo tempo incluindo ponto de vista digital, os fortaleça no exercício da cidadania.(Feliciano,2007)

A ênfase do projeto é o de formar parcerias, de qualquer esfera de poder e ramo de atividade, para que em conjunto com a sociedade local, possam definir atividades e ações a serem desenvolvidas com vistas principalmente às pessoas sem alternativas de acesso aos recursos ali disponíveis.

2.5.3 Iniciativas de projeto de inclusão social

No Brasil, há inúmeras iniciativas de projeto de inclusão social. Assim afirma Feliciano,2007.

Vamos destacar algumas das ações de inclusão digital que estão em desenvolvimento no Brasil. Dentre as instituições do terceiro setor que atuam na área de inclusão digital no Brasil, o Comitê para Democratização da Informática (CDI) e a Rede de Ritz merecem destaque pelo excelente trabalho realizado por mais de uma década. O grupo Gemas da Terra, que desenvolve ações de inclusão digital no meio rural também deve ser citado. O Projeto Pirai Digital, no Rio de Janeiro, é outra importante ação. O Projeto dos Centros Rurais de Inclusão Digital da Universidade Federal do Ceará, Sampa.org, Paranavegar, também ganharam notoriedade nacional e internacional na área. Empresas como a rede Globo, Eletrosul, Tractebel, Telefônica, Brasil Teletom, HP, Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Companhia Vale do Rio Doce, Ministérios, Governos

Estaduais e Municipais também atuam em projetos de inclusão digital.

O caráter social que está por trás de cada ação desenvolvida em unidades de inclusão digital faz com que as instituições atuem em parceria, criando de forma invisível, uma grande rede.

No Brasil o observatório Nacional de Inclusão Digital, o Instituto Intercidadania, também são exemplos de tentativas de aglutinar num mesmo espaço o maior número possível de projetos nessa área, sobretudo, pelo fato de todos os envolvidos saberem que o compartilhamento de informações e experiências possui grande validade nesse tipo de ação, não somente para a solução de problemas, ou mesmo para a implementação de novas atividades e ferramentas, mas para o fortalecimento de todos os projetos.

Além dessas iniciativas, há também os telecentros onde são instrumentos poderosos para apoiar o desenvolvimento local por meio do uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs). Ao fortalecerem a inclusão digital, estão promovendo inclusão social. (Feliciano,2007)

Os telecentros comunitários são iniciativas que utilizam tecnologias digitais como instrumentos para o desenvolvimento humano nas comunidades beneficiadas. Sua ênfase consiste no uso social e na apropriação das ferramentas tecnológicas a partir de um projeto de transformação social, que visa melhorar as condições de vida das pessoas.

A tecnologia e a conectividade são importantes, mas não suficientes, para o bom andamento dos telecentros comunitários e a continuidade de seus objetivos de desenvolvimento.

Os telecentros capacitam facilitadores, promotores, monitores, os mesmo os chamados educadores digitais, não só em aspectos técnicos de informação e comunicação, mas, principalmente, no uso estratégico das tecnologias digitais em prol do bem-estar social.

2.6 SUSTENTABILIDADE

A ideia de sustentabilidade tem variantes como crescimento sustentável e desenvolvimento sustentável, percebidos em diferentes ambientes econômicos-sociais e de meio ambiente (KITAMURA, 1994 apud MARQUES; NORONHA, 1998, p. 26); assim, pode-se dizer que o desenvolvimento sustentável “é o desenvolvimento que satisfaz às necessidades da geração presente sem comprometer as possibilidades das futuras gerações em satisfazer as suas necessidades (CMMAD 1998 apud MARQUES; NORONHA, 1998, p. 26).

Alguns grandes objetivos complementares são considerados, independente da precisão ou não de um conceito de desenvolvimento sustentável:

- conservação do meio ambiente;
- aumento da oferta de emprego e da renda da população;
- melhoria da qualidade de vida da população;
- igualdade social e distribuição de renda;
- fortalecimento da democracia e a participação.

Consumo sustentável significa “satisfazer as necessidades e aspirações da geração atual, sem comprometer a capacidade de as gerações futuras satisfazerem as suas”. No Brasil, até pela abundância de recursos naturais existentes, não nos acostumamos a nos preocupar com a possibilidade de seu esgotamento. (CVIDE (...), [entre 2010 e 2013]).

O consumo de energia elétrica vem aumentando a cada ano no Brasil. O comércio, além de ganhar novos estabelecimentos com alto padrão de consumo, está ampliando o horário de funcionamento. No segmento residencial, o consumo aumentou com a incorporação de novos eletrodomésticos, como o forno de micro-ondas.

Além da preservação da água e da economia de energia outro fator importante para o consumo sustentável é não poluir o ambiente. Por isso, dar um destino adequado ao lixo é um dos grandes desafios da administração pública em todo o mundo.

Muito do que deve ser feito para promover um consumo sustentável depende dos governos e das empresas, mas os consumidores também podem colaborar, e muito, nesse sentido, adotando pequenas atitudes começando pela mudança de alguns hábitos cotidianos em relação a água e a energia, por exemplo.

Para Viegas, p. 05 a respeito da propriedade em meio à sustentabilidade,

A propriedade rural cumpre com a sua função social quando se torna produtiva sem agredir ao meio ambiente. A sua utilização deve ser feita de forma racional e adequada, visando a manutenção do equilíbrio ecológico e a garantia da saúde, da qualidade de vida e do bem-estar social e econômico dos seus proprietários e daqueles que nela trabalham, bem como de suas famílias. O não cumprimento da função social torna a propriedade rural passível de desapropriação para fins de reforma agrária.

Para tornar a propriedade rural socialmente justa, faz-se necessário atender aos seguintes requisitos, segundo Viegas, p. 05:

- Aproveitamento racional e adequado: É o aproveitamento que atinge os graus de utilização da terra e de eficiência na exploração especificados no artigo 6º da Lei nº 8.629, de 1993, preservando o meio ambiente e manejando adequadamente os solos.
- Utilização adequada dos recursos naturais disponíveis: Quando a exploração se faz respeitando a vocação natural da terra, de modo a manter o potencial produtivo da propriedade.
- Preservação do meio ambiente: visa a manutenção das características próprias do meio natural e da qualidade dos recursos ambientais, na medida adequada à manutenção do equilíbrio ecológico da propriedade e da saúde e qualidade de vida das comunidades vizinhas.
- Observação das disposições que regulam as relações de trabalho: Respeitar as leis trabalhistas, os contratos coletivos de trabalho e as disposições que disciplinam os contratos de arrendamento e parceria rurais.

- Exploração que favoreça o bem-estar dos proprietários e dos trabalhadores rurais: Objetiva o atendimento das necessidades básicas dos que trabalham a terra, observa as normas de segurança do trabalho e não provoca conflitos e tensões sociais no imóvel.

2.6.1 Novo código florestal

Em 25 de maio de 2012 passou a vigorar a lei 12.651/2012, na qual trata do novo Código Florestal Brasileiro, uma das mais importantes leis aprovadas pelo Congresso Nacional. Nessa lei é regulamentado o uso da terra, define diretrizes relacionadas à reserva ambiental

Em 25 de maio de 2012 passou a vigorar a Lei 12.651/2012. Trata-se do novo Código Florestal Brasileiro, uma das mais importantes leis aprovadas pelo Congresso Nacional. Isso porque regula o uso da terra, define diretrizes relacionadas à preservação ambiental e a produção de alimentos no Brasil.

Desde o início da apresentação do projeto Valdir Colatto acompanhou todo o processo e defendeu uma lei ambiental que evoluísse de acordo com a tecnologia, a ocupação territorial humana e a atividade econômica que tem velocidade fantástica e que faz parte das transformações que vivemos. A legislação anterior, Lei 4.771 de 1965, era considerada ultrapassada e não tratava da conservação do meio ambiente, das áreas urbanas, da qualidade do ar e da água, da biodiversidade e do equilíbrio entre produção e preservação ambiental. Por isso apresentou o Projeto de Lei 5367/2009, que iniciou a discussão de uma nova legislação ambiental no país, resultando no novo Código Ambiental Brasileiro (Lei 12.651/2012).

Hoje temos uma nova lei, em pleno vigor. Depois de muitas idas e vindas na Câmara dos Deputados e Senado, a Lei 12.651/2012 foi sancionada com vetos da Presidente da República que poderão trazer dificuldades, a médio e longo prazo, ao produtor brasileiro. A decisão do governo foi política, não técnica. A defesa do conhecimento técnico-científico foi que norteou as ações na Comissão Especial da Câmara que percorreu o

país afora em busca de subsídios para implantar um novo Código Florestal Brasileiro e comprovado que muito temos que avançar neste processo.

Um dos principais problemas da nova Lei foi debate-la sem números oficiais do Governo que comprovassem o real impacto na produção agropecuária do país. O próprio Governo, por meio de seus ministros e órgãos de pesquisa, contradiz-se com as estimativas. Os dados do Censo Agropecuário 2006 do IBGE, IPEA/Estatísticas Cadastrais do INCRA e MAPA/Embrapa, apresentam números muito diferentes.

2.6.1.1 Áreas Consolidadas (produzindo)

Áreas consolidadas são as Áreas de Preservação Permanente (APP) e de Reserva Legal (RL), ocupadas antes de 22 de julho de 2008, com edificações, benfeitorias, atividades agrossilvipastoris, ecoturismo ou turismo rural. Exemplos: várzeas ocupadas com arroz, encostas ocupadas com café, uva, aviários, entre outros.

É permitida a manutenção das benfeitorias e continuidade dessas atividades desde que não estejam em área que ofereça risco às pessoas e ao meio ambiente e que sejam observados critérios técnicos de conservação do solo e da água indicados pelo Programa de Regularização Ambiental (PRA).

Está proibida a utilização de novas áreas em APP e RL, além dessas ocupadas até 22/07/2008. O órgão ambiental poderá comprovar a situação área consolidada por meio de fotos de satélite que possui em seus arquivos, referentes a período anterior a 22 de julho de 2008. Nas demais situações, ou seja, aquelas que não se enquadrem em áreas consolidadas, as áreas de APP terão de ser recuperadas, e os de RL acima de 4 módulos terão que ser recompostas ou compensadas num período de 20 anos, ou seja, 1/10 (avos) a cada 2 anos.

Área localizada no interior de uma propriedade

2.6.1.2 Reserva Legal (RL)

Área localizada no interior de uma propriedade ou posse rural, excetuada a de preservação permanente, necessária ao uso sustentável dos recursos naturais, à conservação e reabilitação dos processos ecológicos, à conservação da biodiversidade e ao abrigo e proteção de fauna e flora nativas.

2.6.1.3 Reserva Legal (RL) – Área consolidada (em produção)

O que muda na reserva legal:

- Será permitido a soma das APPs em áreas acima de 4 módulos, se preservada ou em recuperação, no cálculo do percentual de reserva legal, desde que não implique em novos desmatamentos.
- Não mais exigência de averbação em cartório, substituída pelo CAR, quando implantado.
- Não há necessidade de regularização para áreas de até 4 módulos fiscais, permanecendo as florestas existentes sem necessitar averbação e recomposição.
- Áreas Acima de 4 módulos fiscais poderão ser recuperadas por regularização, por regeneração, recomposição e compensação (mesmo bioma) ou Cotas de Reserva Ambiental (CRA). O prazo de recuperação será de 20 anos (1/10 avos) a cada dois anos. Poderá ser somada a APP desde que não haja abertura de novas áreas.
- Temporalidade - Passa a valer a reserva Legal exigida em lei da época que a lavoura foi aberta, que deverá ser comprovada atividade pelo proprietário rural com notas fiscais ou cédulas rurais da época.

2.6.1.4 Reserva legal (RL) – não consolidada (Não explorada)

Lei 12.651 de 2012 localizado na Amazônia legal:

- 80% no imóvel situado em área de florestas;
- 35% no imóvel situado em área de cerrado;
- 20% no imóvel situado em áreas de campo em geral.

Lei 12.651 de 2012 localizado nas demais regiões do país:

- 20% da propriedade.

2.6.1.5 O que são áreas de Preservação Permanente (APP)

São áreas protegidas, cobertas ou não por vegetação nativa:

- Nas faixas marginais de qualquer curso d'água natural (mata ciliar de beira de rio).
- No entorno das nascentes e dos olhos d'água perenes.
- No entorno dos lagos e lagoas naturais.
- No entorno dos reservatórios d'água artificiais.
- Nas encostas ou em partes destas com declividade superior a 45°.
- No topo de morros, montes, montanhas e serras.

2.6.1.6 Áreas de preservação permanente (APP) – (produzindo)

Recomposição de AAPs consolidadas.

- APP consolidada nas faixas marginais de qualquer curso d'água natural (mata ciliar de beira de rio).

Tabela 7 - APP mata ciliar de beira de rio

Tamanho da propriedade em módulos	Qualquer curso d'água		Somadas as APPs, a exigência de recuperação não deve ultrapassar:
0 a 1	5 metros		10%
1 a 2	8 metros		10%
2 a 4	15 metros		20%
Acima de 4	-	Conforme definição do PRA, observando o mínimo de 20 e o máximo de 100 metros	Sem limites

Fonte: Catálogo Novo Código Florestal Brasileiro

- APP consolidada no entorno das nascentes e dos olhos d'água perenes.

Tabela 8 - APP consolidada no entorno das nascentes e dos olhos d'água perenes

Tamanho da propriedade em módulos fiscais	Largura da APP consolidada no entorno das nascentes e dos olhos d'água perenes
Até 1	Raio de 15 metros
De 1 a 2	Raio de 15 metros
De 2 a 4	Raio de 15 metros
Acima de 4	Raio de 15 metros

Fonte: Catálogo Novo Código Florestal Brasileiro

- APP consolidada no entorno dos lagos e lagoas naturais.

Tabela 9 - APP consolidada no entorno dos lagos e lagoas naturais

Tamanho da propriedade em módulos fiscais	Largura da APP consolidada no entorno de lagos e lagoas naturais
Até 1	5 metros
De 1 a 2	8 metros
De 2 a 4	15 metros
Acima de 4	30 metros

Fonte: Catálogo Novo Código Florestal Brasileiro

2.6.1.7 Áreas de preservação permanente – não consolidadas ou exploradas

As APPs para áreas que não sejam consideradas consolidadas não mudaram suas dimensões em relação ao Código anterior.

- APP nas faixas marginais de qualquer curso d'água natural, excluídos os efêmeros, desde a borda da calha do leito regular.

Tabela 10 - Áreas de preservação permanente - não consolidadas ou exploradas

Largura do rio	Largura da APP em cada margem do rio
Menos de 10m	30 metros
De 10 a 50m	50 metros
De 50 a 200m	100 metros
De 200 a 600m	200 metros
Mais de 600m	500 metros

Fonte: Catálogo Novo Código Florestal Brasileiro

2.7 TURISMO RURAL

Teixeira afirma que “ecologia, preservação ambiental, ecossistema, ecoturismo, reciclagem, vida saudável, essas, dentre inúmeras outras palavras, encontram-se em evidência no mundo atual”. Diz também que “a preocupação com a preservação do planeta está em alta, o que tem atraído os olhares de milhares de pessoas para as atividades saudáveis, junto à natureza”.

De acordo com Schneider, 2006, “existem, por certo, muitas definições possíveis para o que se entende por turismo rural, a começar pela discussão mais geral sobre o turismo em áreas rurais”. Afirma ainda também que “não se trata, obviamente, de pretender eliminar ou encobrir as divergências e controvérsias acumuladas na seara das definições conceituais e normativas. O fato é que já existe uma bibliografia considerável sobre este assunto e, neste breve, texto não se adentrará neste debate”.

A partir da leitura de alguns trabalhos², muitos deles recentes, parece ser possível acatar a definição de que quando se fala em turismo

rural se está referindo ao conjunto de modalidades e empreendimentos que tem lugar no espaço rural tais como o agro Turismo, o ecoturismo, o turismo cultural, o turismo esportivo, o turismo ecológico, os hotéis fazenda, etc. Portanto, é pensando nestas formas de organização econômica e produtivas que prestam serviços e/ou atividades de acolhimento, transporte, hospedagem, alimentação, lazer, recreação e entretenimento e outros que se estará referindo ao mencionar o turismo praticado em áreas rurais. Por conta desta definição abrangente de turismo rural, vale salientar a que a unidade de referência ou análise das atividades incluídas nesta definição passa a ser o próprio espaço rural, que não se restringe aos estabelecimentos agropecuários e nem aos empreendimentos comerciais (hotéis, pousadas, restaurantes, etc.) que oferecem serviços, hospedagem, alimentação, etc.(SCHNEIDER, 2006).

De um modo geral, nas últimas três décadas assiste-se a um processo de reestruturação social e econômico que vêm afetando o espaço rural como um todo e a agricultura em particular. A expansão do turismo nas áreas rurais pode ser compreendida, de um lado, como uma resposta à reestruturação da economia sob os efeitos da globalização, sendo o aparecimento das atividades não-agrícolas uma destas dimensões. Por outro lado, contudo, há que se lembrar das mudanças sociais relacionadas à redução das jornadas de trabalho promovidas pelos incrementos tecnológicos crescentes e o aumento do tempo livre dos indivíduos, assim como elevação da expectativa de vida das pessoas e das alterações nos padrões de consumo, que voltam-se crescentemente as amenidades e aos bens não tangíveis. (SCHNEIDER, 2006).

O processo de globalização, que pode ser caracterizada pela excepcional capacidade com que o capitalismo atual promove ajustes nas condições de tempo e espaço no processo global de produção de mercadorias, possui variadas facetas. Na agricultura e no mundo rural, os efeitos da globalização manifestam-se através de inéditas formas de reestruturação econômica, produtiva e institucional, que podem ser percebidos através de múltiplas dimensões. Primeiro, abrem-se os mercados, aceleram-se as trocas comerciais e intensifica-se a competitividade, agora tendo por base poderosas cadeias agroalimentares que monopolizam a produção e o comércio atacadista em escala global, restringindo a participação nestas relações de troca de imensas regiões produtoras, o que vale inclusive para alguns países e mesmo parcelas continentais. Segundo, ocorrem modificações nos processos de produção que passam a se caracterizar pela maior flexibilidade e descentralização, levando à diluição das diferenças setoriais e espaciais. Setoriais porque a agricultura, a indústria e o comércio passam a formar o *agribusiness*, visto como uma cadeia que integra partes de cada setor. Espaciais porque o rural deixa de ser o *locus* específico das atividades agrícolas revelando-se crescentemente como um espaço de

residência, de lazer e de atividades não-agrícolas. Terceiro, modifica-se o papel do Estado, do poder público em geral e das instituições que atuam nos espaços rurais. As novas formas de regulação política fazem maior apelo à parceria, à descentralização e à valorização da participação dos atores sociais. Quarto, a dimensão ambiental e as práticas de uso sustentável dos recursos naturais deixam de ser vistas como secundárias e marginais. A questão ambiental passa a ser um fator de competitividade, um elemento de estímulo à ampliação do consumo, uma vantagem comparativa e um pré-requisito para obtenção de créditos e acesso à fundos de investimento, especialmente os de fontes públicas. (SCHNEIDER, 2006).

“Um conjunto de desafios que levam à indagação sobre a natureza e as atribuições do poder público e das organizações da sociedade civil no estímulo ao turismo em áreas rurais na perspectiva da promoção da inclusão social”, afirma Schneider, 2006:

- O primeiro desafio está em incrementar os conhecimentos e o diagnóstico acerca da abrangência e dos impactos do turismo em comunidades rurais.

- O segundo desafio diz respeito a um conjunto de ações que permitam ampliar e estimular a inserção dos agricultores e demais populações rurais nos mercados, que seja os formalmente existentes ou aqueles que precisam ser criados.

- Um terceiro desafio, que apresenta como condição *sine qua non*, refere-se à capacitação das populações rurais para o exercício das atividades não-agrícolas, notadamente a prestação de serviços em empreendimentos de turismo rural.

- O quarto repto refere-se à expansão da infraestrutura das comunidades rurais, começando pela melhoria de estradas e caminhos de acesso, disponibilização de fontes água potável, meios de comunicação como telefonia, etc.

- Um quinto desafio, que ainda é pouco evidente no Brasil, mas motivo de muita discussão em países em que o turismo rural se desenvolveu de forma consistente no espaço rural refere-se à gestão de conflitos e às formas de regulação institucionais e políticas que emergem dos usos múltiplos do espaço rural.

Conforme Teixeira afirma em sua publicação:

Cansadas dos grandes centros urbanos cada vez mais poluídos, estressantes e difíceis de se viver, são muitas as famílias que ultimamente têm optado pela paz encontrada nos *campos*, nos passeios ecológicos, cachoeiras e pela excelente qualidade de vida do homem *rural* mesmo que seja por um breve período. É evidente que estas famílias, extremamente saturadas da vida que levam, estão abrindo mão dos grandes parques e praias nacionais ou internacionais indo à procura do sossego campestre. No *campo*, elas sabem a procedência dos alimentos que consomem, respiram ar puro e saudável, encontram sossego e simplicidade.

Com isto, pode-se afirmar que o turismo rural não é um modismo. Se bem preparado, com planejamento correto, profissionalismo, originalidade e, sobretudo amor pela atividade, o turismo rural pode alcançar, como empreendimento, muito sucesso.

Também desperta a consciência e compreensão ecológicas, transformando-a, de forma espontânea, em agentes conservadores da natureza, sobretudo na medida em que perceber o turismo como fonte de economia. Corresponde a uma forma de lazer saudável, com consciência ambiental, na qual valores culturais e regionais são resgatados e valorizados. Um negócio propício para um país como o Brasil, que possui grande extensão territorial, diversidade cultural e um número considerável de fazendas, impulsionando a economia agrícola e o desenvolvimento de regiões.

Segundo Teixeira, há alguns elementos fundamentais no turismo rural:

- Acesso - Boa estrada de terra, sinalização nas estradas, rodovias bem conservadas são primordiais.

- Hospedagem - Contatos humanos e sinceros, com muita simplicidade por parte do empreendedor e seus colaboradores, são fundamentais para a conquista e a fidelização dos clientes. O atendimento deverá ser sempre familiar, dentro de um ambiente aconchegante e confortável, onde se misturam, por exemplo, móveis antigos de madeira pesada, simplicidade nas decorações, ou seja, a predominância do rústico.

- Estrutura física - A estrutura física deve ser composta por recepção, sala de estar, lavabo, sala de TV, secretaria, quarto para gerente, despensa, copa, depósito e lavanderia. Bar/lanchonete, salão de jogos, sauna, piscina e

sanitários. Se possível, oferecer chalés e outras readaptações. Um restaurante com cozinha, bar, áreas de vendas e estacionamento.

- Paisagem - A paisagem típica da *fazenda* por si só já atrai os hóspedes. Belos jardins, matas com trilhas para caminhadas, hortas, plantações, montanhas para um passeio a cavalo, são alguns atrativos naturais que devem ser bem conservados e explorados.

- Gastronomia - O meio rural é ideal para oferecer uma gastronomia rica, degustando bebidas e pratos simples, exóticos e criativos, confeccionados em moldes tradicionais, como fogão a lenha (planta), panela de barro, de pedra, de ferro, pratos e travessa de madeira. Outro proveito é a comercialização de doces, compotas, geleias, queijos, requeijão, manteiga, pinga, que atraem a curiosidade turística por serem de fabricação caseira e artesanal.

- Lazer - Deverão ser oferecidas opções diversificadas, tais como: passeios a cavalo, charretes, trilhas para caminhadas, pesca, passeios de barco, passeios de trator, carro de boi etc. Outras boas sugestões na programação de atrativos são apresentações de grupos folclóricos da região, duplas sertanejas, violeiros e repentistas. A cultura da região deve ser valorizada e apresentada através das músicas, exposições de artesanatos e obras de artistas da localidade, museu com a história da propriedade, festas típicas... Enfim, quanto mais forte a cultura, mais interessante para o turista.

- Segurança - É necessário a presença de um guia e placas de sinalização nas trilhas, acessos adequados e seguros, orientação e informação ao usuário, acompanhamento e monitoramento de pessoal qualificado para cada atividade, um responsável por cavalos que sirva de guia e tenha precaução com os equipamentos de montaria, cuidados com enxames de abelhas, cuidado com as fossas etc.

- Qualidade - O turista está cada vez mais exigente e satisfazê-lo é o objetivo de qualquer empresário. Manter a qualidade dos serviços é fundamental, desde a reserva até a despedida, mas no setor de hospedagem e alimentação, estes serviços são mais importantes e exigem maior treinamento.

- Mão de obra - Além da infraestrutura de hospedagem e lazer, uma empresa de turismo rural necessita de mão de obra de boa qualidade. É importante aproveitar a mão de obra da fazenda e região, mesmo sem

experiência; com a prática e orientação dos proprietários, eles vão aprendendo, ao mesmo tempo é proporcionado aos hóspedes o contato com pessoas simples e sinceras do meio rural. A presença do proprietário frente ao empreendimento é imprescindível, buscando a qualidade, treinando os funcionários, proporcionando aos hóspedes um atendimento pessoal, carinhoso e especial.

2.7.1 Turismo rural em Tangará

A alegria contagiante de seus habitantes inspirou o nome do município: Tangará nome de um pássaro de clima quente não encontrado em nossa região, mas de canto e coreografia envolventes. Os primeiros imigrantes, de origem portuguesa, chegaram em 1910 com a construção da Estrada de Ferro São Paulo-Rio Grande, nesta ocasião apenas poucos índios e caboclos eram ali encontrados. Em 1918, italianos e alemães iniciaram a colonização de Rio Bonito, que em 1948 se emancipou e em 1949 passou a se chamar Tangará.

A vitivinicultura, a industrialização de papel e a agropecuária representam importantes atividades econômicas do município que é o maior produtor de uvas do Estado de Santa Catarina. O Município faz parte do roteiro Vale do Contestado desenvolvendo o Programa de Regionalização Turística inserido no Plano Nacional de Turismo (2007 – 2010) do Ministério do Turismo.

O Turismo em Tangará está estruturado nos segmentos de: Enoturismo, turismo gastronômico, turismo cultural, turismo rural e turismo de aventura. O povo tangaraense alegra-se em receber a todos que visitam a sua terra e oferece a experiência em conviver com o bucólico viver na roça, através da visitação às vinícolas, o delicioso sabor da gastronomia típica italiana, alemã e campeira, o aconchego das pousadas, visitação ao Museu da Vitivinicultura Catarinense, observação e colheita de frutas em pomares e vinhedos e a prática de esportes de aventura e ecoturismo através do Voo livre (asa delta e parapente) e trilhas a pé, de bike, moto ou em veículos off Road.

2.7.1.1 Lazer

O Morro Agudo Moto Clube foi criado em 02 de outubro de 2001 com o objetivo comum de promover a integração e o desenvolvimento regional através da promoção e participação em eventos esportivos e culturais (competições nas variadas modalidades motociclísticas, encontros, passeios, exposições, etc.). O grupo conta com 25 associados, e também com uma sede própria localizada na Linha São Marcos, município de Tangará, antigo Clube dos Motoristas.

O Moto Clube já realizou etapas da copa oeste de enduro FIM em 2008-2009-2010 e enduro de regularidade em 2004-2009-2010 com aproximadamente 100 pilotos do estado de Santa Catarina em cada etapa e também o I Encontro de Trilheiros – Trilha Vale do Vinho em 2011. Além de eventos esportivos como provas de enduro e Moto Cross, o Clube também promove eventos sociais, tais como, Natal sobre duas rodas, onde os integrantes do Moto Clube realizam a entrega de brinquedos para crianças carentes da cidade. O Morro Agudo Moto Clube tem uma forte parceria na realização de eventos turísticos através da abertura de trilhas para etapas de Jeep Raid e participação nos Campeonatos de Parapente.

Figura 4 - Integrantes do Morro Agudo Moto Clube



Fonte: <http://www.tangara.sc.gov.br/>

O grupo Vale do Vinho Off-Road surgiu em junho de 2009, é formado por amigos jipeiros de Tangará e do município vizinho, Pinheiro Preto. O grupo conta hoje com 5 veículos e 12 pessoas envolvidas diretamente, e a cada dia surgem novos interessados.

O grupo já realizou em Tangará duas etapas da Copa Oeste, edição 2010 e 2011, sendo este o principal evento do segmento realizado entre as cidades da região meio-oeste de Santa Catarina, além de garantir e entrar em definitivo no calendário da copa para os próximos anos realizando também provas de Jeep Raid Cidade de Tangará. O grupo desde seu início tem uma parceria forte com o grupo Morro Agudo Moto Clube.

Além da realização da etapa da copa o Vale do Vinho Off Road traz a ideia de passeios 4x4, reunião entre amigos no meio off-road e campanhas em prol da comunidade carente. Enfim, um grupo que idealiza o espírito jipeiro de ser.

Figura 5- Vale do Vinho Off Road



Fonte: <http://www.tangara.sc.gov.br/>

2.7.1.2 Hospedagem

No Rancho Moinho Velho além da gastronomia italiana pode-se saborear a verdadeira comida “campeira” em um restaurante rústico com decorações que lembram os antigos desbravadores em suas cavalgadas.

Possui ampla área para camping, trilhas ecológicas, pesca esportiva e área para pouso de praticantes de Voo livre. Possui apartamentos aconchegantes com design moderno, TV LCD, internet wireless e muita tranquilidade em meio à natureza.

Figura 6 - Rancho Moinho Velho



Fonte: <http://www.tangara.sc.gov.br/>

A pousada Sítio São Pedro oferece a deliciosa comida da “nona” cardápio típico italiano e ainda o “bucólico viver na roça” com pesca em açudes, trilhas em meio a matas e plantações, campo de futebol suíço, área para camping e quiosque com cozinha e banheiro, passeios de carroça regados a belas paisagens e para encerrar o dia dormir em local aconchegante preservando o mobiliário que lembra a família italiana.

Figura 7 - Sítio São Pedro



Fonte: <http://www.tangara.sc.gov.br/>

3 CONCLUSÃO

Ao desenvolver lideranças rurais e o espírito empreendedor dos jovens agricultores, incentivando a discussão da sucessão familiar nas propriedades agrícolas, é construído uma estratégia para implementar essa ação.

Verificou-se que o fator preponderante para evolução do processo decisório e também do empreendedorismo rural parece estar na capacidade do produtor não só de entender, mas de intervir no ambiente social, não sendo mero agente passivo e espectador das mudanças no ambiente institucional em que está inserido.

Devido às diversas peculiaridades existentes no universo agropecuário, o jovem empreendedor deve ter conhecimento técnico e informações atualizadas relativas aos diversos mercados para seus produtos.

Hoje, o produtor rural não pode mais ficar longe da comunicação e dos seus meios, principalmente internet. É através desses meios que é possível ficar atualizado de tudo o que acontece no meio rural, tanto em nível de municipal, estadual, no país e no mundo.

Temos um destaque muito grande para as mulheres empreendedoras, onde elas encaram de frente com seus parceiros a luta incessante de produzir mais e melhor.

Ser um jovem empreendedor no Brasil é ultrapassar os desafios e a burocracia de um país que ainda não o vê como patrimônio, mas que será obrigado a descobrir a riqueza que tem em mãos.

REFERÊNCIAS

ALMANAQUE Brasil socioambiental: uma nova perspectiva para entender o país e melhorar nossa qualidade de vida, água, biodiversidade, cidade, clima, energia, florestas, população. São Paulo: Instituto Socioambiental, 2004.

BARNI, Euclides João; SILVA, Maurício César. **Necessidades tecnológicas da agricultura familiar de Santa Catarina**. Florianópolis: Epagri, 2004.

BARRETO, Maria Beatriz Bastos; PEREIRA, Sólon Lopes. **A comunicação do líder com fator motivacional**. Brasília, 2007. Disponível em: <<http://portal2.tcu.gov.br/portal/pls/portal/docs/2055724.PDF>>. Acesso em: 17 set. 2013.

BARROS, A. B. Buys de. **O trabalho, o capital e seus conflitos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Revista Forense, 1957.

CARRARD, Alfred. **O chefe: sua formação e missão**. Lisboa: Editora Pórtico.

CASTRO, C. E. F. de. et al. **Pontes para o futuro**. Campinas: Consepa, 2005.

COLATTO, Valdir. **Novo código florestal brasileiro, lei 12.651/2012**. Câmara dos deputados.

COLETÂNIA da legislação ambiental no estado de Santa Catarina. Florianópolis: FATMA, 2002.

CONFERÊNCIA nacional do meio ambiente conferência infanto-juvenil para o meio ambiente. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2003.

CRAWFORD, Richard. **Na era do capital humano**. São Paulo: Atlas, 1994.

EMPREENDEDORISMO no Brasil. Curitiba: IBQP, 2012.

FELICIANO, Antonio M. **Inclusão digital em comunidades rurais: projeto beija-flor internet no campo**. 2. ed. Florianópolis: SAR/BB, 2007
SILVA, Jani Alves de; PUZIOL, Jeinni Kelly. **A influência da teoria do capital humano e da teoria do capital social nas políticas educacionais brasileira da atualidade**. Maringá, Disponível em:

<<http://www.unc.br/mestrado/textos/Bibliografia-2013-Inf-teoria-cap-humano-e-teoria-do-cap-social-nas-pol-educ-bras%20.pdf>>. Acesso em: 27 mar. 2014.

FREY, Willy. **Reflorestar é a solução**. Curitiba: Sépia Editora e Gráfica Ltda, 2003.

HEILBRONER, Robert. **A natureza e a lógica do capitalismo**. São Paulo: Editora Ática, 1988.

HICKS, John Richard. **Valor e capital**. Rio de Janeiro: Nova Cultura, 1987.

HOLZ, C. et al. **Projeto a família rural: uma experiência de televisão em Santa Catarina**. 2. ed. Florianópolis: Acaresc/Emater, 1989.

KANAANE, Roberto. **Comportamento humano nas organizações; o homem rumo ao século XXI**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

KOTTER, John P. **O fator liderança**. São Paulo: Makron Books, 1992.

KRAUSE, Werther Maynard. **Chefia: conceitos e técnicas**. São Paulo: Editora Atlas, 1978.

LEVANTAMENTO agropecuário de Santa Catarina. Florianópolis: Icepta, 2005.

LIMA, Marcos. Brasil o celeiro do mundo?. **Revista impresso**, Mogi das Cruzes, ano 2, nº 14, p. 31, mar. 2012.

LODI, Odete F. **O binômio capital humano – capital social**. Cascavel, 2004. Disponível em: <<http://www.unioeste.br/campi/cascavel/ccsa/IIISeminario/minicursos/Minicurso%203%202.pdf>>. Acesso em: 27 mar. 2014.

LOEN, Raymond O. **Administração eficaz**. 5. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1980.

MARQUES, Nivaldo Estrêla; NORONHA, Hermano F. **Agricultura familiar: entender e transformar**. Florianópolis: Epagri, 1998.

MARKETING e comunicação: uma estratégia sustentável. Florianópolis: Epagri. 2003/2006.

OLINGER, Glauco. **Métodos de extensão rural**. Florianópolis: Epagri, 2006.

PENSAR, fazer, acontecer, cases do empreendedorismo. **Empreender unir para crescer**. Facisc, 2012.

PINOTTI, Angela. **Um olhar sobre a comunicação rural**: a constituição dos sentidos na perspectiva do agricultor. Florianópolis: Epagri, 2007.

PLANO básico de desenvolvimento ecológico-econômico. Florianópolis: AMMOC, 1996.

PORCIÚNCULA, Mauren Moreira da Silva. **A inclusão de pequenos produtores rurais na cultura digital**: novos saberes e fazeres de pequenos produtores rurais e os impactos da redução das desigualdades sociais. Rio grande do Sul, 2005. Disponível em : <http://www.sciencegate.ch/all-articles?p_p_id=new_search_portlet_WAR_PSW_3_SciencegatePortlets&p_p_lifecycle=1&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-2&p_p_col_pos=1&p_p_col_count=3&new_search_portlet_WAR_PSW_3_SciencegatePortlets_action=search>. Acesso em 18 de dez. 2013.

REZENDE, Raquel. O campo fértil. **Revista empreendedor**. Florianópolis, ano 20, nº 233, p. 23, mar. 2014.

RUAS, E. D. et al. **Metodologia participativa de extensão rural para o desenvolvimento sustentável – Mexpar**. Belo Horizonte: Emater, 2006

SARGENT, Emma; FEARON, Tim. **O segredo das pessoas simpáticas**. São Paulo: Universo dos Livros, 2011.

SCHEIDER, Sergio. **Turismo em comunidades Rurais**: inclusão digital social por meio de atividades não-agrícolas. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/pgdr/arquivos/398.pdf>>. Acesso em: 18 mar. 2013.

SILVA, Diânice Oriane. **Turismo rural como alternativa econômica para o pequeno agricultor**. São Paulo. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/2/722.pdf>>. Acesso em: 18 dez. 2013.

SÍNTESE anual da agricultura de Santa Catarina. Florianópolis: Instituto Cepa, 2000.

SÍNTESE anual da agricultura de Santa Catarina. Florianópolis: Instituto CEPA, 2004.

SOLDATELLI, Daltro; HOLZ, Élcio. **Manual de referências de administração rural: índices técnicos e econômicos**. Florianópolis: Epagri, 1992.

TRANJAN, Roberto Adami. A nova face do empreendedor. **Revista empreendedor**. Florianópolis, ano 20, nº 233, p. 16, mar. 2014.

TURISMO rural e ecológico ou agroecoturismo. Disponível em <file:///C:/Users/Win7/Desktop/TCC%20diana/Diana%20Pen%20Drive/diana/material%20TCC/19.%20Turismo%20rural%20e%20ecol%C3%B3gico%20ou%20a%20agroecoturismo%20-%20Apremavi.htm>. Acesso em: 19 set. 2013.

WOOD, Adran. **Uma teoria de lucros**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.