

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

AMANDA CAMARGO FELISBINO

**EMPREENDEDORISMO FEMININO NAS PEQUENAS PROPRIEDADES
RURAIS**

CRICIÚMA 2015

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

AMANDA CAMARGO FELISBINO

**EMPREENDEDORISMO FEMININO NAS PEQUENAS PROPRIEDADES
RURAIS**

Monografia apresentado ao curso de Administração
Empresas da Universidade do Extremo Sul Catarinense
- UNESC, para cumprimento da disciplina: Trabalho
de Conclusão de Curso.

Orientador (a): Dr^a. Cristina Keiko Yamaguchi.

CRICIÚMA 2015

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA.....	11
1.2 OBJETIVOS.....	12
1.2.1 Objetivo geral.....	12
1.2.2 Objetivos específicos.....	12
1.3 JUSTIFICATIVA.....	12
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	14
2.1 EMPREENDEDORISMO.....	14
2.2 ATIVIDADE EMPREENDEDORA NA REGIÃO SUL	18
2.3 INOVAÇÕES NOS EMPREENDIMENTOS.....	19
2.4 AGRICULTURA FAMILIAR	20
2.5 MULHER AGRICULTORA E EMPREENDEDORA	22
2.6 MULHERES INOVADORAS.....	24
2.7 ECONOMIA SOLIDÁRIA.....	25
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	28
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA.....	28
3.2 DEFINIÇÃO DA POPULAÇÃO DO PÚBLICO-ALVO.....	29
3.2.1 Fontes de títulos da pesquisa bibliográfica.....	30
3.3 PLANO DE COLETA DOS DADOS.....	31
3.4 PLANO DE ANÁLISE DOS DADOS.....	32
4 CATEGORIAS DE ANÁLISES	34
4. 1 PERFIL DOS EMPREENDIMENTOS.....	34
4.2 CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS.....	37
5 CONCLUSÃO.....	44
REFERENCIAS.....	47
APÊNDICE.....	51

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a minha família, colegas, professores e grandes mulheres empreendedoras de sonhos de empreendimentos e inovações.

AGRADECIMENTOS

Sou eternamente grata a estudar em uma universidade referência em Santa Catarina, e Deus que investe em mim, para realização de boa obra, e de fazer válidos meus sonhos, com vitórias e sucessos.

Agradeço a minha família, que sempre me ajudou e me apoiaram nos meus projetos até mesmo nos momentos difíceis, me dando forças.

Gostaria de agradecer os orientadores Ms. Júlio Cesar de Farias Zilli e Esp, Valtencir Pacheco pelos conhecimentos e habilidades da realização do estudo do TCC.

O meu total agradecimento ao curso de administração que nos proporcionam alta qualidade de ensino e também as orientadoras Dr^a. Cristina Keiko Yamaguchi que me ajudou a enriquecer meus estudos, na realização e finalização deste trabalho.

Espelho-me em grandes sonhadores na área do empreendedorismo e inovação, na realização deste projeto que é um grande sonho meu.

Se você tem sonhos ninguém pode te frustrar, se você tem promessa creia ela se cumprirá este determinado está escrito lá no céu, Deus não falha ele é fiel. Sua vida é um sonho que um dia o Senhor sonhou. Deus é na tua vida ouse sonhar. Ouse sonhar teu coração está no coração de Deus. O teu sonho Deus irá realizar (SILVA, 2009).

RESUMO

FELISBINO, Amanda Camargo. **Empreendedorismo feminino nas pequenas propriedades rurais**. 51 p. 2015. Monografia do Curso de Administração – Linha de Formação Específica em Administração de Empresas, da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

O empreendedorismo rural se destaca pela importância do desenvolvimento local e à conservação do patrimônio agrícola. Este estudo visa conhecer as características do empreendedorismo feminino em pequenas propriedades rurais. As mulheres trabalham na produção agrícola trazendo a valorização da cultura e uma alimentação saudável sem o uso de agrotóxicos, com produtos diferenciados trazidos diretamente das propriedades rurais. Será abordado como as agricultoras se mantem no mercado a partir de sua produção e como fazem a administração de seus empreendimentos. Trata-se de uma abordagem qualitativa, sendo que no primeiro momento foi realizado uma pesquisa bibliográfica e artigos científicos com dados secundários para com o embasamento teórico da monografia, no segundo momento foi realizado estudo de caso entre as cooperadas participantes da feira econômica solidária e da feira da agricultura familiar caracterizando dados primários. Os resultados mostram que as características empreendedoras que se destacaram foi: as empreendedoras buscam de oportunidades com expansão de produtos diversificados com qualidade, desenvolve esforços para desenvolver suas tarefas, estabelece objetivos para o ne como elas conseguem ter sucesso e inovar seus empreendimentos.

Palavras chave: Empreendedorismo. Empreendedorismo Feminino. Agricultura. Inovação.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1. Processos-chave do empreendedorismo.....	20
Figura 2. Habilidades para empreender.....	21
Figura3. Elementos para inovação.....	26

LISTA DE QUADROS

Quadro 1. Características Comportamentais Empreendedoras (CCE'S)	17
Quadro 2. Casos de mulheres inovadoras.....	25
Quadro 3 Fonte de títulos da pesquisa bibliográfica.....	30
Quadro 4. Ramo empresarial do negócio.....	35
Quadro 5. Função no negócio da propriedade.....	35
Quadro 6. Tempo para exercer a função atual.....	36
Quadro 7. Produtos produzidos na propriedade.....	36
Quadro 8. Razões para iniciar o negócio.....	37
Quadro 9. Dificuldades para administrar o negócio.....	38
Quadro 10. Investimento em cursos de qualificação para administrar o negócio.....	39
Quadro 11. Ações desenvolvidas na propriedade.....	40
Quadro 12. Melhorias na vida dos proprietários.....	40
Quadro 13. Funções desempenhadas pelos membros da família.....	41
Quadro 14. Frequência do cumprimento das metas estabelecidas no negócio.....	41
Quadro 15. Essência para o sucesso empresarial.....	42

1 INTRODUÇÃO

A discussão sobre a agricultura familiar vem ganhando legitimidade social, política e acadêmica em Criciúma- Santa Catarina, passando a ser utilizada com mais frequência nos discursos dos movimentos sociais rurais, pelos órgãos governamentais e por segmentos do pensamento acadêmico, especialmente pelos estudiosos das Ciências Sociais que se ocupam da agricultura e do mundo rural (SCHNEIDER, 2003).

Frente a este cenário, busca-se no decorrer deste trabalho a interação com agricultoras familiares da Cooperativa descentralizada de Criciúma, Santa Catarina em participação na Feira da Economia Solidária e a Feira da Agricultura Familiar.

Este modelo de cooperativa descentralizada ou virtual permite aos pequenos produtores rurais legalizarem suas atividades, diversificar a produção e aceder ao mercado. Organizados desta forma, os agricultores conseguem comercializar seus produtos formalmente em espaços do mercado institucional (público), feiras e em pequenos comércios locais (ESTEVAM et al., 2012).

O desenvolvimento das forças produtivas criou um novo patamar para a agricultura e o meio rural, definido pela modernização das suas atividades e pela integração sócio econômica global. Que discutindo o significado da agricultura neste novo contexto da integração em pequenas propriedades rurais de forma social de produção ocupa um lugar importante no cenário atual da economia para a sociedade (WANDERLEY, 2013).

A agricultura familiar possui tipificações acadêmicas ou a delimitação legal do conceito, se refere a um amplo guarda-chuva conceitual, que abriga distintos tipos e empreendedorismo. Conhecer e compreender as especificidades de uma dada situação concreta torna-se imprescindível para todos os envolvidos em processos de desenvolvimento sustentável. Além de bases teóricas sobre características comuns, estratégias globais e princípios gerais ao conjunto da produção familiar, é fundamental a valorização do conhecimento dos agricultores e a reflexão sobre as particularidades de cada empreendimento (ALTAFIM, 2007).

A produção feita pelos agricultores da terra é um forte recurso natural para a sociedade, ela quando entendida a sua multifuncionalidade só possui benefícios como uma alimentação natural de qualidade, preservação ambiental e a economia proporcionando renda para as famílias trabalhadoras, dando ênfase aos negócios (SINGER, 2002).

O tema em estudo, a mulher rural em uma perspectiva de gênero. Enquanto a categoria sexo, diz respeito a categorias biológicas associadas ao homem e à mulher, a noção de gênero abrange a ideia de que a sociedade, por razões culturais, sociais, econômicas e políticas, atribui diferentes papéis a ambos os sexos. Assim, as características empreendedoras de homens e mulheres são herdadas, enquanto as diferenças de gênero são construídas socialmente; portanto, podem variar no tempo e no espaço e são sujeitas a mudanças. E é somente através do reconhecimento dessas diferenças e da luta para mudar o quinhão das mulheres que se pode tornar as relações de gênero mais equitativas (BRUMER; PAULILO, 2004).

O estudo fará expressão da mulher na pequena propriedade, visto que, em pesquisas sobre mulheres empreendedoras têm crescido, caracterizando um campo de estudo dentro da área de empreendedorismo. O fato é que as mulheres estão mais presentes no mercado de trabalho na condição de empreendedora, e a cada dia procura-se entender este fenômeno, tendo em vista sua relevância econômica. Ao pesquisar sobre empreendedorismo feminino poderá ser uma tendência necessária nos estudos de ciências sociais neste início de século, tendo em vista a sua importância e impacto social, econômico, político e cultural na vida das sociedades (GOMES, 2009).

A sociologia feminista deve ser entendida como novas e apropriadas formas de compreender o mundo. As mulheres possuem um papel de grande valor na sociedade, cuida dos filhos da casa do trabalho e dos estudos. O empreendedorismo feminino é criativo, pois as atividades como: contabilidade, consultoria empresarial, ensino, costura, receitas de alimentos, serviços de domésticos, de beleza, de revendedora, agricultora entre outros, mantém sua renda e proporcionam as chances para abrir empreendimento (WILKENS, 1989).

Uma sociedade de semelhantes é uma sociedade valorizada, portanto, hierarquizada onde todos os membros precisam manter soluções de interdependência, porque dispõem de um fundo de recursos comuns e de direitos comuns para suas conquistas, sonhos e valores (RESENDE; TEIXEIRA, 2011).

1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA

Na região de Criciúma, Santa Catarina - Brasil, os agricultores familiares comercializavam sua produção em feiras locais e no comércio em geral. Com o tempo tiveram que abandonar suas atividades devido a informalidade, pois quando tentavam comercializar a produção era apreendida pelos órgãos fiscalizadores, tendo que responder criminalmente por tais atos ilegais. Entre outras questões, no final dos anos de 1990, as feiras na região foram extintas (ESTEVAM *et al*, 2015).

As transformações recentes da economia e na orientação política com relação aos problemas relacionados à pobreza, fome e iniquidade social, provocaram mudanças no padrão da qualidade de vida da população atual (ESTEVAM; RONSANI, 2012).

Os grandes problemas enfrentados por estes agricultores tem sido a dificuldade para formalizar o seu empreendimento. Estevam, Lanzarini e Busarello (2013) acreditam que o rigor da vigilância sanitária, os altos custos tributários e a dificuldade para manter a escala de produção são barreiras que precisam ser superadas pelos produtores a fim de alcançar a legalidade.

As cooperativas fornecem tentativas por parte de trabalhadores de recuperar trabalho e autonomia econômica, aproveitando as forças produtivas. Sua estruturação obedece aos valores básicos do movimento operário de igualdade e democracia, sintetizados na ideologia do socialismo (SINGER, 2002).

A cooperativa domina segmentos importantes da agricultura, sendo ela a de comercialização. A mesma surge como reação dos agricultores familiares à exploração que eles sofriam por parte dos atacadistas e industriais que lhes compravam a produção e mais recentemente, também por parte dos industriais que lhes vendem sementes, fertilizantes, inseticidas, equipamentos mecânicos (SINGER, 2001).

A saída foi organizar os pequenos agricultores em empresas solidárias para que realizassem feiras para efetuarem as compras e as vendas, proporcionando-lhes com isso, o que os economistas chamam de poder de mercado, ou seja, poder de barganha, além de ganhos de escala (SINGER, 2001).

Já a importância do acesso da mulher à terra, deve-se à existência de uma correlação positiva entre esse acesso, um aumento de produtividade e o bem-estar delas

e de seus filhos. Também a ampliação dos direitos das agricultoras leva a um maior poder de barganha dentro do lar e da comunidade (BRUMER; PAULILO, 2004).

As cooperativas de certa forma conseguem resgatar formas alternativas de produção e comercialização direta ao consumidor; são comercializados produtos diferenciados, o que possibilita aos consumidores obter produtos com melhor qualidade e mais saudáveis (ESTEVAM; RONSANI, 2012).

Atualmente, os resultados de pesquisas apontam que o comportamento dos empreendedores bem-sucedidos pode ser ensinado e compreendido, em boa medida, por qualquer pessoa. Contudo, não nega a existência dos empreendedores inatos (DORNELAS, 2008).

Assim, chega-se à seguinte pergunta de pesquisa: **Quais são as características empreendedoras das mulheres nas pequenas propriedades rurais?**

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Identificar as características empreendedoras das mulheres nas pequenas propriedades rurais.

1.2.2 Objetivos específicos

- A) Levantamento de dados sobre empreendedorismo feminino.
- B) Elaborar a pesquisa bibliográfica e estudo de caso coletar e analisar os dados.
- C) Identificar as barreiras encontradas pelas mulheres no campo empresarial.
- D) Especificar as técnicas da gestão feminina nas pequenas propriedades rurais de Criciúma- SC.

1.3 JUSTIFICATIVA

A importância desse estudo está no conhecimento situa-se sobre a mulher empreendedora em pequenas propriedades rurais. Sobre tal relevância encontra-se as características e a participação nos negócios e a transformação no contexto em que está inserida. O trabalho possibilita uma visão específica sobre estudo do valor no sentido

empreendedor para os mercados e para a sociedade viabilizando trabalho, meio-ambiente e produtos saudáveis.

A função da agricultura e meio de empreender significa o resgate de um modo de vida que associa conceitos de cultura, tradição e identidade. O aumento dos problemas enfrentados pelas populações de grandes cidades tem levado à busca de modos de vida mais saudáveis, à valorização por alimentos produzidos sem o uso de agrotóxicos, por produtos produzidos de forma artesanal, com matéria prima com menor processamento industrial, além de um crescente desejo de um maior contato com a natureza. Essa tendência tem resultado na valorização da tradição da agricultura familiar e no surgimento de diversas oportunidades de trabalho no meio rural (ALTAFIM, 2007).

A valorização da agricultura, tem se constituído em oportunidade para a valorização dos produtos locais e regionais, tal estratégia requer um consórcio envolvendo consumidores, associações ambientais, setor público e representantes de produtores. Os aspectos econômicos já não seriam mais suficientes para o reconhecimento da qualidade dos produtos, são necessários atributos especiais como a valorização de tradições culturais, organizacionais e ambientais, cada vez importantes para atribuição de valor aos produtos (ESTEVAM; RONSANI, 2012).

A Universidade possui atribuição estabelecida com objetivo em pesquisas, feiras, eventos e projetos. Nela existem princípios estruturais e vários processos que podem ser adotados, envolvendo o exercício da tomada de decisões. Estas dependem de avaliações pessoais em transformação de valores grupais, que adquirem significado para o indivíduo (VARGAS, 1993).

A relação da agricultura com recursos naturais é considerada positiva quando ela está enraizada no meio físico, tendo controle sobre seu processo produtivo. Seu potencial para promoção da sustentabilidade ecológica diz respeito à sua capacidade de conviver de forma harmônica com ecossistemas naturais, percebidos como um patrimônio familiar (ALTAFIM, 2007).

As regiões que têm uma história de sucesso são as que conseguem incorporar de forma inovativa elementos naturais e sociais nas novas estratégias de desenvolvimento econômico (PERONDI, 2004).

Para as mulheres a pesquisa rural da região de Criciúma descobriram que, há grandes empreendedoras. Na região por estudada, a participação da esposa nas decisões só aumenta quando os dois membros do casal trabalham na propriedade. O

trabalho é outro questionamento da relação entre trabalho feminino, renda, independência e inovação da mulher ao discutir o resultado de pesquisa feita nas feiras da economia solidária e a feira da agricultura familiar. Segundo a autora, o trabalho feminino é mais uma consequência da disponibilidade de trabalho e do momento do ciclo familiar que a busca de uma carreira profissional ou independência financeira por parte das mulheres (BRUMER; PAULILO, 2004).

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O capítulo 2 abordará as teorias das temáticas da pesquisa, como: Empreendedorismo, agricultura familiar, mulher empreendedora e a economia solidária.

2.1 EMPREENDEDORISMO

A raiz da palavra empreendedora vem de 800 anos atrás com o verbo francês *entreprendre* no que diz fazer algo (WEVER; BRITTO, 2003).

Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que em conjunto levam a transformação de ideias em práticas oportunidades. E a eficácia implementação destas oportunidades leva a criação de negócios e sucesso (DORNELAS, 2008).

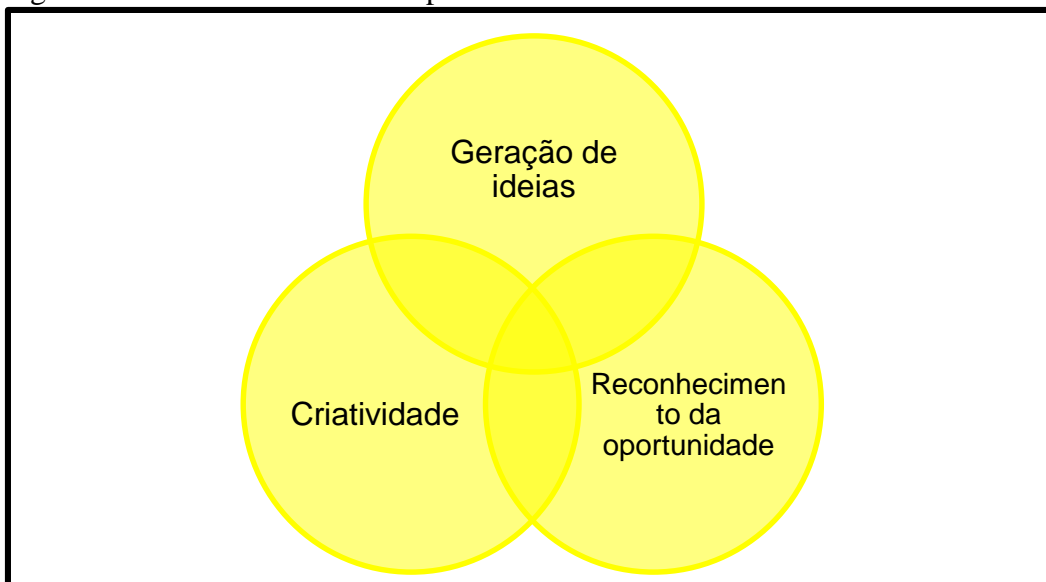
O empreendedor que deseja ter sucesso precisa estar disposto no início a desenvolver por ele mesmo, projetos importantes sobre sua criatividade e empreendimento e fazer crescer. Sendo que não há associa-se vergonha no trabalho honesto (DEGEN, 2009).

O empreendedor possui ampla visão na formalização de ideias e negócios, capacidade de transformar em projetos específicos vontade de arriscar e assumir riscos, perseverança, aceitação de ambiguidades e de incertezas, inteligência emocional, sintonia com o mercado e com as oportunidades que nem sempre são percebidas pelos outros (CHIAVENATO, 2005).

O empreendedorismo é viabilizado através das características do empreendedor sobre a percepção de oportunidade que possui cinco elementos: a criatividade e inovação, habilidade ao aplicar esta criatividade, força de vontade e fé, foco na geração de valor e correr riscos (WEVER; BRITTO, 2003).

Os processos-chave do empreendedorismo para Baron e Shane (2011), são: geração da ideia, criatividade e reconhecimento de oportunidade, que atinge características no processo de criação de novos empreendimentos, de acordo com a Figura 1.

Figura 1. Processos-chave do empreendedorismo.



Fonte: Baron; Shane (2011).

Geração de ideia = produção de ideias para algo novo. O sistema cognitivo do ser humano com o armazenamento de informações denomina-se memória. As ideias existentes sobre algo novo até mesmo como produto ou serviço é realizado através de um campo visionário de oportunidade como também observação de mudanças do mundo ao redor (BARON; SHANE, 2011).

Para Mori (1998), o sucesso de uma empresa depende da facilidade intelectual para realização de suas atividades.

Criatividade: Produção de ideias para algo novo que é também para algo novo e soluções diferenciadas. Criatividade abrange novos conhecimentos e melhora a qualidade de vida humana. A criatividade é surpreendente e que nos conceitos e objetivos causam aspectos positivos. A criatividade pode ser individual, trazida pelo indivíduo, ou coletiva trazida por uma organização, e que pode ser melhorada ou desenvolvida através de exercícios ou na busca de informações na busca de descobertas (BARON; SHANE, 2011).

Reconhecimento da oportunidade: Reconhecimento de que ideias não são somente novas e potencialmente úteis, como também tem o potencial de gerar valor econômico. Quando uma oportunidade é reconhecida, é importante e valioso no aspecto do acesso a informação e como ela será realizada de forma de eficácia (BARON; SHANE, 2011).

Segundo Mori (1998), o processo de identificação de oportunidades depende fortemente da criatividade e da capacidade de pensar inovadoramente, sem perder o contato com a realidade que o cerca, cuja melhor fonte de inspiração é a sociedade em que vive.

O sucesso empresarial não consiste apenas no desenvolvimento de habilidades específicas, tais como finanças, marketing, produção entre outros, nem apenas de incentivos creditícios e ou fiscais, mas também das habilidades atitudinais empreendedoras, através do aperfeiçoamento de tais características. Segundo os estudos de McClelland, balizados por muitas pesquisas e experimentos, o indivíduo empreendedor tem uma estrutura motivacional diferenciada pela presença marcante de três tipos de motivação: realização, poder e afiliação (CAMPOS, 2007).

O candidato a empreender, aprende a observar, conhecer avaliar os negócios e reconhecer as fórmulas do sucesso e as razões dos fracassos, o fato é que a criatividade que ele começa a associar observações sobre os diversos tipos de negócios. A criatividade é a essência do sucesso (DEGEN, 2009).

O desafio do empreendedor é acreditar no seu potencial, aceitar e fazer do limite para alcançar o objetivo desejado. É necessário ser consciente, saber o que pode e até onde consegue lutar para superar as diversidades do tempo. Sendo assim o caminho deixará de ser tortuoso e se tornará uma reta para chegar ao destino almejado (MARQUES, 1994).

Empreendedores são pessoas que perseguem o benefício trabalham individual e coletivamente. São definidos como indivíduos que inovam, identificam e criam oportunidades de negócios, montam e coordenam novas combinações de recursos (MORI, 1998).

A seguir será apresentado Quadro 1 as características Comportamentais Empreendedoras (CCE'S) de McClelland identificadas por Campos (2007):

Quadro1. Características Comportamentais Empreendedoras (CCE'S)

CATEGORIA: REALIZAÇÃO
<p>CCE: Busca de oportunidades e iniciativa. Comportamentos manifestados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Faz as coisas antes de solicitado, ou antes, de forçado pelas circunstâncias; - Age para expandir o negócio a novas áreas, produtos ou serviços; - Aproveita oportunidades fora do comum para começar um negócio, obter financiamentos, equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência.
<p>CCE: Exigência de qualidade e eficiência. Comportamentos manifestados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Encontra maneiras de fazer as coisas melhor, mais rápidas ou mais barato; - Age de maneira a fazer coisas que satisfazem ou excedem padrões de excelência; - Desenvolve ou utiliza procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo ou que o trabalho atenda a padrões de qualidade previamente combinados.
<p>CCE: Persistência. Comportamentos manifestados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Age diante de um obstáculo significativo; - Age repetidamente ou muda de estratégia, a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo; - Faz um sacrifício pessoal ou desenvolve um esforço extraordinário para completar uma tarefa.
<p>CCE: Independência e autoconfiança. Comportamentos manifestados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Busca autonomia em relação a normas e controles de outros; - Mantém seu ponto de vista mesmo diante da oposição ou de resultados inicialmente desanimadores; - Expressa confiança na sua própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio.
CATEGORIA: PLANEJAMENTO E RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS
<p>CCE: Correr riscos calculados. Comportamentos manifestados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Avaliam alternativas e calcula riscos deliberadamente; - Age para reduzir os riscos ou controlar os resultados; - Coloca-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados.
<p>CCE: Busca de informações. Comportamentos manifestados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dedicar-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes; - Investiga pessoalmente como fabricar um produto ou fornecer um serviço; - Consulta especialistas para obter assessoria técnica ou comercial.
<p>CCE: Estabelecimento de metas. Comportamentos manifestados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estabelece metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal; - Definem metas de longo prazo, claras e específicas; - Estabelece objetivos mensuráveis e de curto prazo.
<p>CCE: Planejamento e monitoramento sistemáticos. Comportamentos manifestados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planeja dividindo tarefas de grande porte em sub tarefas com prazos definidos; Constantemente revisa seus planos, levando em conta os resultados obtidos e mudanças circunstanciais; - Mantém registros financeiros e utiliza-os para tomar decisões.
CATEGORIA: INFLUÊNCIA (RELAÇÃO COM AS PESSOAS)
<p>CCE: Comprometimento. Comportamentos manifestados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Assume responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário ao atingimento de metas e objetivos; - Colabora com os empregados ou se coloca no lugar deles, se necessário, para terminar um trabalho; - Esmera-se em manter os clientes satisfeitos e coloca em primeiro lugar a boa vontade a longo prazo, acima do lucro a curto prazo.
<p>CCE: Persuasão e redes de contato. Comportamentos manifestados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros; - Utiliza pessoas chave como agentes para atingir seus próprios objetivos; - Age para desenvolver e manter relações comerciais.

Fonte: Campos (2007).

São diversas características dos empreendedores na contribuição com as atitudes e tarefas nos empreendimentos.

2.2 ATIVIDADE EMPREENDEDORA NA REGIÃO SUL

O Relatório sobre Empreendedorismo na Região Sul de 2014 (GEM), apresenta os principais resultados para a região Sul sobre o Empreendedorismo.

O GEM (2014) demonstra resultados similares na pró-atividade no empreendedorismo inicial por oportunidade, pois, entre os homens é de 17,2% e as mulheres 17,0% na região Sul do Brasil, sendo que a taxa do Brasil é de 17,0% e 17,5%, respectivamente. Já no empreendedorismo em estágio estabelecido na região Sul, entre os homens a taxa é de 21,1% contra 15,9% entre as mulheres. No Brasil esta taxa é de 19,4% e 15,6%, respectivamente.

Percebe-se que no grupo de empreendedores iniciais, a participação das mulheres é praticamente equivalente à dos homens. No caso do grupo de empreendedores estabelecidos, a participação dos homens é expressivamente superior à das mulheres (GEM, 2014).

O relatório apresenta ainda, que a faixa etária mais ativa do empreendedorismo no Brasil varia de 25 a 34 anos e os indivíduos menos ativos estão entre a faixa etária de 55 a 64 anos. Já na região Sul a faixa etária de 45 a 54 anos são os mais ativos e a faixa menos ativos varia de 18 a 24 anos.

De acordo com o Relatório do Sebrae (2015), o número da participação das mulheres gira em torno de um terço nos grupos de empresários e dos potenciais empresários. No grupo de produtores rurais, a participação relativa das mulheres é de 14%, e pode estar associada a questões predominantemente socioculturais. Historicamente, de acordo com Brumer (2004), as mulheres foram excluídas do processo de herança da terra e limitadas, a alguns trabalhos mais especializados.

Baseado no Relatório do Sebrae (2012), quanto ao gênero dos produtores rurais (excluindo-se os pescadores) constata-se amplo predomínio masculino, na proporção de 87% a 13%, e o gênero dos dirigentes dos estabelecimentos rurais e de 92,5% (179.208 homens), contra 7,5% (14.455 mulheres).

O relatório GEM (2014), mostra que a taxa de empreendedores iniciais por oportunidade, evoluiu de 11,2% em 2012; 10,6% em 2013 para 14,0% em 2014. Já a taxa de empreendedores iniciais por necessidade, regrediu de 3,8% em 2012; 3,0% em 2013, para 2,9% em 2014.

O GEM (2014) indica que a maioria dos empreendimentos no Brasil apresenta características pouco compatíveis com ambientes de maior competitividade. Porém,

sinaliza a possibilidade de melhoria nos indicadores relacionados à novidade do produto, idade da tecnologia e orientação internacional.

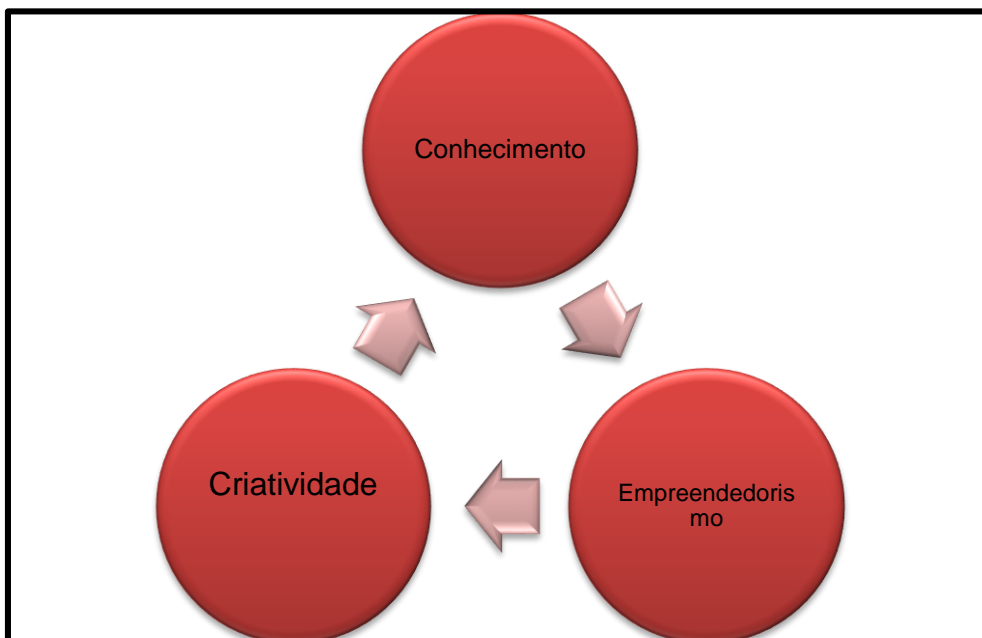
2.3 INOVAÇÕES NOS EMPREENDIMENTOS

O mundo tem passado por diversas transformações em curtos períodos principalmente pelas invenções criadas no século XX revolucionando a vida das pessoas. No foco das invenções existem pessoas ou equipes de pessoas com características especiais, que são visionárias questionam, arriscam querem algo diferente fazem acontecer...empreendem (REIS; ARMOND, 2012).

Os empreendimentos inovam constantemente em vários ramos, inclui inovações em produtos, serviços, processos, gestão desenvolvimento de novos mercados, melhoramento na logística e inovações organizacionais. O lançamento de algo *novo* é essencial diante de um padrão de competição assentado na diferenciação (TIGRE, 2006).

Os elementos para a inovação são de acordo com Luiz e Filho (2013), são: conhecimento, criatividade e empreendedorismo de acordo com a figura 3.

Figura 2. Elementos para inovação



Fonte: Luiz e Filho (2013).

Conhecimento: Não se inova se não tiver o conhecimento sobre o produto e o assunto. Um dos fatores principais e importante, quando se vai rodar uma seção de geração de ideias. A etapa da preparação é fundamental e o conhecimento sobre o assunto deve participar do processo (LUIZ; FILHO, 2013).

Criatividade: É o princípio da inovação. Sem a criatividade não é possível inovar. Pessoas criativas são importantes em seção de geração de ideias pois são elas que produzirão maiores propostas e farão as ligações entre as ideias apresentadas (LUIZ; FILHO, 2013).

Empreendedorismo: Fazer acontecer, colocar a ideia em prática e implementá-la. Pessoas com este perfil são fundamentais para que aconteça a inovação. São elas que tirarão as ideias do papel e fará o caminho da ideia a realidade (LUIZ; FILHO, 2013).

Inovação é fruto de algo inédito, uma visão de algo existente que alguém passa olhar de outra maneira, por trás das invenções existe pessoas com características especiais que querem algo diferente fazem acontecer e empreendem. Os empreendedores possuem motivação singular, querem ser reconhecidas e admiradas. Uma vez que os empreendedores estão revolucionando o mundo seu comportamento e o próprio processo de empreender é estudado e compreendido (DORNELAS, 2008).

A inovação é o instrumento específico do espírito empreendedor, ele aumenta as capacidades da criação de riquezas, ou seja, a inovação cria um recurso, seja ele alguma coisa da natureza e assim dote um valor econômico (DRUCKER, 2003).

A estrutura da mudança intensifica a visão de inovar tanto por ser generalizada como por se constituir na mais sólida das bases para a saída da condição de pobreza é o de fato a importância de tomar consciência, do significado de cidadania justa (AGENDE, 2006).

2.4 AGRICULTURA FAMILIAR

As características da agricultura familiar e conceito desenvolvido através do estudo do homem e do campo. Para Altafim (2007), a delimitação legal do conceito, combina como critérios o tamanho da propriedade, predominância familiar da mão-de-obra e da renda, e gestão familiar da unidade produtiva. Tal delimitação, como não poderia deixar de ser, é abrangente o suficiente para incluir a diversidade de situações existentes na sociedade de Criciúma.

As pessoas que vivem hoje no meio rural do município de Criciúma, em sua grande maioria tiram o sustento da família somente da agricultura. Poucas famílias têm uma ou duas pessoas que trabalham na cidade, mas não é no sentido de completar a renda familiar e sim de ter uma renda própria e uma independência da família, quem vive no campo e produz em sua propriedade tem menos gastos do que as pessoas que vivem na cidade, sendo que muitos dos alimentos para consumo são produzidos pela própria família, precisando buscar na cidade poucas coisas. Já quem vive na cidade tem que comprar tudo (SILVA, 2012).

Não só para pequenos agricultores como também para grandes, agricultura familiar possui amplitude multifuncional que vem sendo discutida pela Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação que classifica as funções nas seguintes categorias: Função ambiental: está ligada à conservação dos recursos naturais e recuperação ambiental. É relativa a forma como todos os sistemas agrícolas e de aproveitamento da terra interage diretamente nos componentes e funcionamento das ecologias locais. Nesse contexto, são particularmente importantes as contribuições da agricultura familiar para a biodiversidade, degradação dos solos, desertificação, dentre outros. Função econômica que a agricultura familiar continua sendo uma atividade importante para sustentar o funcionamento e crescimento das economias dos países, inclusive aqueles altamente industrializados. O investimento pode gerar efeitos econômicos, tanto nas atividades iniciais quanto finais do ciclo produtivo, para si mesma e para outros setores. Para a demanda, a agricultura requer insumos, mão-de-obra, serviços e capital financeiro. Para a oferta a agricultura fornece produtos que são elaborados, transportados, comercializados e distribuídos. Função social: a manutenção e flexibilidade das comunidades rurais são fundamentais para sustentar e melhorar a qualidade de vida e para garantir a sobrevivência da população rural. O aproveitamento dos conhecimentos locais e o fortalecimento das relações sociais são fundamentais para o futuro das comunidades rurais. A viabilidade social compreende a manutenção do patrimônio cultural: muitas sociedades se identificam fortemente com suas origens históricas nas comunidades agrárias e nos estilos de vida rural (MIRANDA; ADIB, 2007).

A agricultura familiar possui diversidade em produtos, como: cultivo tradicional de uma região reflete em hábitos de consumo peculiares, ou seja, guardam uma relação com uma dada base de recursos naturais, preservam as características da produção. O horizonte dos produtos envolvidos nos referidos circuitos é o mercado

local e regional, apesar de ser cada vez mais frequente as iniciativas voltadas a mercados distante (MOREIRA; COSTA, 2002).

2.5 MULHER AGRICULTORA E EMPREENDEDORA

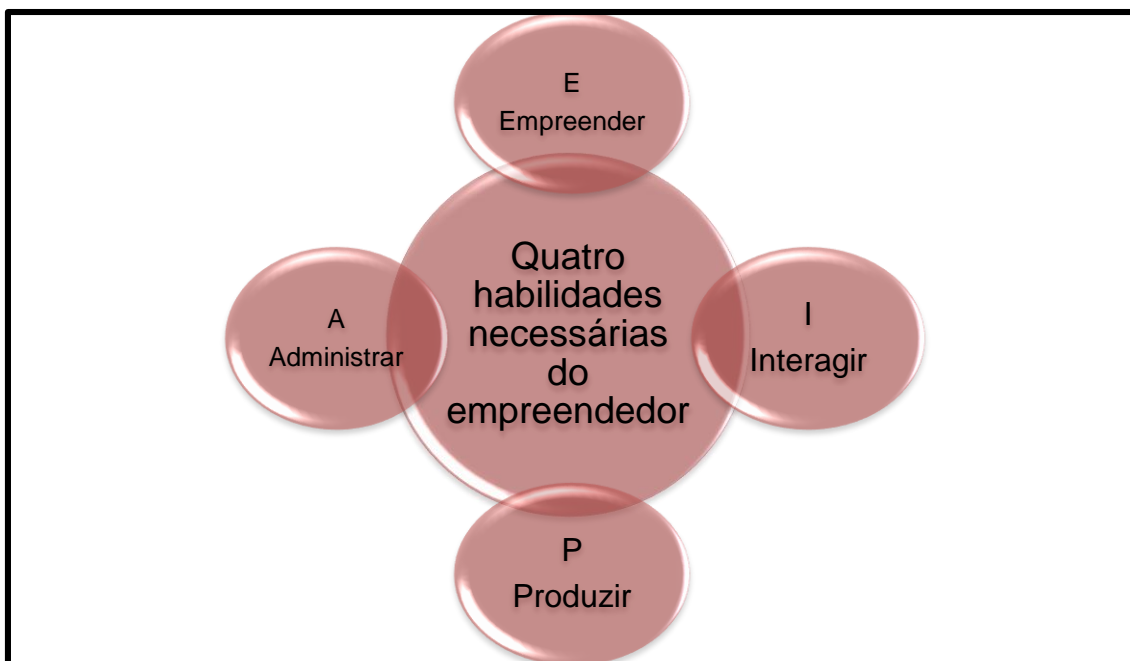
O trabalho as inúmeras atividades desenvolvidas pela mulher no lar e nas pequenas propriedades agrícolas foi uma forma de torná-las visíveis e mais valorizadas. Quanto ao trabalho remunerado, ele foi considerado fundamental, pois, em uma sociedade onde quase tudo se compra, o acesso da mulher a alguma forma de renda própria deveria torna-la mais independente do marido e mais participante nas decisões que envolvem tanto o grupo doméstico como a sociedade mais ampla (BRUMER; PAULILO, 2004).

As agricultoras do Sul destacam-se as lutas pelo preço justo do produto, pelo direito a se associarem às cooperativas com o respectivo controle sobre a comercialização das mercadorias por elas produzidas (o leite, principalmente) pela divisão mais equilibrada das tarefas domésticas através de uma mudança qualitativa na educação dos filhos tanto em casa quanto na escola, por uma política agrícola voltada aos interesses dos pequenos produtores e reivindicação mais puramente feminista (BRUMER; PAULILO, 2004).

Para Wilkens (1989), qualidades para o sucesso para mulheres são: trabalhar duro, ser persistente, ser dedicada, ter energia, ser ambiciosa, ser organizada, ser competitiva, ser impulsionada, ser desumana, ter um só propósito no seu foco no negócio.

As habilidades do empreendedor segundo Degen (2009) denomina-se PAEI, conforme apresentado na figura 2.

Figura 3. Habilidades para empreender



Fonte: Degen (2009).

P de Produzir ou realizar as tarefas requeridas do negócio com 'eficiência'.

A de Administrar ou fazer outros produzirem ou realizarem as tarefas do negócio com 'eficácia'.

E de Empreender ou ser proativo na procura de melhorar a 'eficiência' de produzir ou realizar as tarefas e a 'eficácia' dos outros produzirem ou realizarem as tarefas do negócio.

I Interagir ou formar, liderar e motivar a equipe para produzir ou realizar as tarefas do negócio com 'eficiência' e 'eficácia'.

Sobre tudo que se possa produzir, administrar, empreender ou interagir a realização de um bom empreendimento tem como objetivo o recurso humano dar o melhor de si, fazer com ética e que possa servir de espelho para o conjunto de pessoas com níveis hierárquicos diferentes o modelo empreendedor (DEGEN, 2009).

As mulheres estão deixando os seus empregos, buscando empreender com alternativas de riscos, construindo empreendimentos independentes cada vez mais depressa que os homens (WILKENS, 1989).

Quando se trata do empreendedorismo feminino na agricultura, estudos afirmam que as mulheres podem contribuir para manter vivo o território rural e criar estruturas de produção, buscando o desenvolvimento local, a conservação do patrimônio

agrícola, conseqüentemente, a inovação no processo agrícola. Este tema é tratado e estudado em várias partes do mundo, particularmente, o Parlamento Europeu, no Artigo 117º do Regimento Giancarlo Scottá (EFC), na Directive (2010), a política de desenvolvimento rural da UEs oferece várias ferramentas para promover a participação das mulheres na igualdade de gênero no setor agrícola em todas as fases da implementação de políticas. Um dos objetivos prioritários da política de desenvolvimento rural da União Européia:

é melhorar a qualidade de vida nas zonas rurais, onde as mulheres são atores-chave, e uma série de medidas, tais como a diversificação, a aquisição de competências, formação e promoção do espírito empresarial. Incentivar a entrada das mulheres no mercado de trabalho também é mencionado nas orientações estratégicas comunitárias de desenvolvimento rural. Por exemplo, em 'serviços básicos' a medida, instalações sociais, como creches para crianças ou idosos, podem ser apoiados, a fim de ajudar as mulheres a conciliar o trabalho e a vida familiar (DIRECTIVE, 2010).

Esta política surgiu em virtude de algumas situações, onde as mulheres encontram diversos obstáculos na agricultura, como: (1) muitas mulheres é a empresária agrícola, porém, é o marido quem a gere e quem aufer a remuneração; e (2) algumas mulheres desempenham a função na empresa agrícola, sem receber uma remuneração adequada.

2.6 MULHERES INOVADORAS

O estudo sobre o comportamento de mulheres inovadoras pode ser entendido como uma mudança no estado natural das coisas, que surgem através de alterações implantadas. Experiências no foco de empreendimentos avançados, como também acompanhamento competitivo. Mulheres que incorporam sucesso, em função da oportunidade para determinados produtos, processos e serviços. Empreendimentos industriais e novos serviços conseguem tirar ótimo proveito de inovações, pois tem investimento desejável de modo que possibilitara alto potencial no futuro (WILKENS, 1989). No Quadro 2, será apresentado alguns casos de mulheres inovadoras.

Quadro 2 – Casos de mulheres inovadores

NOME DO EMPREENDEDOR	CARACTERÍSTICAS
Luciana Heidt	<p>O convívio com o comércio desde criança, mesmo com pouco conhecimento proporcionou Luciana iniciativa de abrir um negócio a floricultura Ki-Amor. Em busca de estudo fez faculdade para aumentar o nível de seu conhecimento. Ela inicia com alvo atacadista com flores de cetim produzidas por sua mãe e também plantas naturais da região com diversidade de produtos a sua loja começa a dar frutos, inclusive a venda para municípios vizinhos. Inicia fabrica com artesanato em vime com o apoio do Sebrae treinar artesão para trabalhar. Em 2005 a empresa atuava no comércio varejista e atacadista produzindo vários produtos em artesanatos, vime, madeira e embalagens flexográficas atuando na região Sul do Brasil. Luciana comenta com colegas que passando pela vida, ela deixará suas marcas e ajudando a construir um futuro melhor.</p>
Maria Conceição	<p>Teve iniciativa de melhorar a renda da família, seu pai tinha uma pequena propriedade rural. Participa de cursos rurais e verifica a possibilidade em oportunidade a ideia da criação de abelhas e instalar um apiário em sua propriedade. A Câmara Setorial de Apicultura, sendo a secretária, junto com o grupo ela adquire equipamentos necessários ao beneficiamento do mel, ficando instalados em uma sala do Sindicato Patronal Rural. O curso em apicultura capacita de apicultores, treinamentos tecnológicos aprimorando o manejo para alta produtividade de colmeias, incentivo a troca de rainhas velhas por rainhas novas e selecionadas, missões técnicas aos congressos e seminários, além da realização de reuniões mensais com apicultores de toda região e discussões técnicas sempre visando a cadeia produtiva do mel. Agregar valor ao mel, produzindo compostos como: mel com própolis, mel com pólen, mel com alho. Nesta época ela saía de porta em porta, levando uma sacolinha, visitando os moradores de Santa Cruz da Vitória e principalmente nas cidades circunvizinhas. Oferece produtos, conquistando seus clientes e levando esperanças às pessoas que viviam desacreditadas de seus sonhos. Motivadora, persistente e carismática, ela tornou-se exemplo de mulher empreendedora da região.</p>

Fonte: Gomes (2006).

Os casos apresentados no Quadro 2, mostra que o empreendedorismo dessas mulheres teve iniciativa no intuito de melhorar a renda familiar e deixar sua marca e ajudar a construir um futuro melhor.

2.7 ECONOMIA SOLIDÁRIA

A economia solidária gravita em torno da ideia de solidariedade. Na economia solidária, solidariedade não é um mero adjetivo. É central e dá nova forma à lógica e ao metabolismo econômico. Como a economia solidária incorpora a solidariedade, fazendo dela o centro da atividade econômica, a denominação socioeconômica solidária é mais adequada, pois explicita tanto o amálgama da economia na sociedade quanto sua subordinação a ela (LISBOA, 2005).

A economia solidária se caracteriza por concepções e práticas fundadas em relações de colaboração solidária, inspiradas por valores culturais. Tais práticas reconhecem o ser humano na sua integralidade ética e lúdica e ainda como sujeito e finalidade da atividade econômica, promovendo a sustentabilidade ambiental e a justiça social, em vez da acumulação privada do capital. Neste sentido, a economia solidária é a reunião de pessoas que interagem em um conjunto de valores sobre o conhecimento, favoráveis a criação de renda e a valorização da cultura (BOROWSKI, 2009).

Os objetivos da Economia Solidária, os empreendimentos solidários devem ser autogestionários, as decisões devem ser tomadas pelos seus trabalhadores, pois todos são associados na propriedade dos meios usados para a produção ou a prestação do serviço, dividindo a responsabilidade e os resultados do trabalho desenvolvido por todos, a economia solidária exige uma educação solidária que transforme a realidade cultural dominante de competição para a construção do espírito de cooperação, além do desenvolvimento de uma matriz científica e tecnológica comprometida com o desenvolvimento sustentável e solidário (BOROWSKI, 2009).

Na economia solidária o capital é possuído pelos que nela trabalham no sentido que todos os que trabalham são proprietários da empresa e não há proprietários que não trabalhem na empresa. A propriedade da empresa é dividida por igual entre todos os trabalhadores, para que todos tenham o mesmo poder de decisão sobre ela (SINGER, 2002).

A expressão economia solidária designa inúmeras experiências que incluem formas diversas de agricultura, empresa rural recuperada por meio da autogestão da cooperativa do comércio justo (LISBOA, 2005).

A Feira da Economia Solidária da UNESCO tem por objetivo contribuir para a construção de formas alternativas de mercado, que visem o encurtamento da cadeia produtiva da agricultura familiar e do artesanato, proporcionando aos agricultores familiares e artesãos a valorização de seus produtos e na construção de uma relação mais justa e solidária entre consumidores e produtores (ESTEVAM *et al*, 2015).

A Economia Solidária, segundo Singer (2002) possui finalidades que envolvem a dimensão social, econômica, política, ecológica e cultural. Isto porque, além da visão econômica de geração de trabalho e renda, a Economia Solidária se projeta no espaço público no qual estão inseridas, tendo como perspectiva a construção de um ambiente socialmente mais justo e sustentável.

O objetivo da economia solidária no foco empreendimento é a obtenção da quantidade e da qualidade do produto ou serviço que venha a atender a demanda social, e não apenas maximizar o lucro. O excedente terá sua destinação decidida pelos trabalhadores em assembleia, pois a propriedade e concepção coletivas dos meios e modos de gestão do trabalho deverá ser característica do empreendimento solidário cooperativo (VERONESE; QUARESCHI, 2005).

Em reconhecimento da economia solidária é parte integrante da formação social capitalista, na qual a concentração do capital incorpora o progresso técnico e assim determina as condições de competitividade em cada mercado. Para que a cooperativa realize seu propósito é essencial que ela atinja um mérito em que ela possa resgatar seus associados da pobreza e acumular sobras que multipliquem as fontes de trabalho e renda solidários (SINGER, 2001).

O Fórum de Economia Solidária da Região foi criado como um espaço democrático e participativo, no qual são tratados assuntos ligados à Feira da Economia Solidária da Unesc, feiras municipais, Empreendimentos de Economia Solidária e assuntos gerais sobre economia solidária regional. Diversas entidades e instituições têm assento na plenária do fórum, tais como o Paes e projetos de extensão, Epagri, Conselho Municipal de Segurança Alimentar de Criciúma (COMSEA), Cáritas Diocesana, Associação Feminina de Assistência Social de Criciúma (AFASC), Associação de Artesões de Criciúma, Colônia de Pesca Z33 e a Associação de Mulheres do Mirassol do município de Balneário Rincão, a Associação de Mulheres Artesãs da Comunidade de Coqueiros, a Cooperativas descentralizadas da Região e representantes da Prefeitura Municipal de Criciúma. As reuniões ordinárias do Fórum ocorrem mensalmente na primeira quarta-feira de cada mês, das 14 às 16 horas, junto a FES/Unesc. A coordenação do fórum é conduzida pelo Paes, que elabora previamente a pauta e envia por e-mail aos representantes os temas a serem abordados na plenária. Como forma de fortalecer e divulgar os princípios da economia solidária, no início de cada reunião sempre acontece um momento de formação, em que por alguns minutos se discute um tema específico relacionado com o assunto. Em seguida discute-se questões estruturais e de gestão da feira, onde busca-se dar encaminhamentos e orientações para a resolução de questões referentes ao funcionamento da FES/Unesc. Abordam-se, ainda, assuntos diversos ligados à economia solidária, como apoio a novos grupos em formação, participação de empreendimentos na FES/Unesc, em outras feiras e eventos e cursos (ESTEVAM *et al*, 2015).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

É o procedimento que fará expressão sobre o que foi pesquisado metodologicamente na coleta de dados efetuado no trabalho.

Um dos primeiros passos na realização deste trabalho foi a pesquisa bibliográfica. A pesquisa bibliográfica é entendida como planejamento global-inicial da pesquisa que envolve uma série de procedimentos metodológicos configurado em etapas do trabalho (MACEDO, 1994).

O segundo passo da realização deste trabalho é o estudo de caso. O estudo de caso é um meio de organizar os dados, preservando do objeto estudado o seu caráter unitário. Portanto, por meio do estudo do caso o que se pretende é investigar, como uma unidade, as características importantes para o objeto de estudo da pesquisa (SOCERI, 2007).

Para Carvalho (1989), o procedimento metodológico na coleta de dados tem sido considerado do ponto de vista instrumental e das técnicas utilizadas que garante sistematização da pesquisa e sua qualidade científica. Cujo método direciona uma visão do mundo do pesquisador.

De uma visão prática das informações serão apresentados os procedimentos metodológicos utilizados no delineamento da pesquisa, definição da população do público-alvo e plano de coleta e análise de dados.

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Cada pesquisa possui delineamento próprio determinado pelo seu objeto de estudo cujo elemento importante é a coleta de dados, com o delineamento da pesquisa foi feito levantamento bibliográfico em livros e artigos complementando com o estudo de caso que dará embasamento no trabalho (PICCOLI, 2006).

Pesquisa científica utilizada no método mostra realização de fatos ou fenômenos determinados hipótese. É o processo de obter soluções fidedignas para um determinado problema, por meio da coleta planejada e sistemática, análise e interpretação de dados (MACEDO, 1994).

A pesquisa bibliográfica é realizada a partir da identificação localização e compilação dos dados escritos em livros, artigos de revistas, especializadas publicações de órgãos oficiais entre outros, mesmo buscando informações nas fontes o pesquisador

deve estar atento ao determinado tema/problema, e acrescentar algo ao conhecimento existente (CARVALHO, 1989).

Pesquisa exploratória, que assume a forma de um estudo sobre empreendedorismo feminino em pequenas propriedades rurais, interagindo com fontes secundária bibliográficas, artigos científicos e fonte primária realizada pelo estudo de caso, que darão base ao assunto abordado.

3.2 DEFINIÇÃO DA POPULAÇÃO DO PÚBLICO-ALVO

É importante o estudo da população feminina, para o presente trabalho, saber sobre ideias empreendedoras atitudes que contribuem para um melhor desenvolvimento da sociedade brasileira.

A população é composta pelas mulheres agricultoras participantes da Feira da Economia Solidária, sediada na Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC), e a Feira da Agricultura Familiar, sediada na Praça Nereu Ramos, ambas localizadas no município de Criciúma, Santa Catarina. As mulheres trabalham na venda de produtos alimentícios, de natureza agrícola e colonial.

A compreensão de atitudes leva ao posicionamento significativo do público-alvo e, dessa forma, pode-se ter uma comunicação de maneira mais pertinente confiável e compreensível com eficácia do público (STONE, 1992).

O conceito de universo ou população exige a operacionalização de seus exatos limites, explicitando concretamente as características que identificam a população. Uma amostra pode ser analisada como um todo, as conclusões são feitas tomando-se o estudo a partir de uma parcela representativa (GLESSER, 2004).

Segundo Marconi e Lakatos (2008), a pesquisa bibliográfica, abrange efetuado estudo público em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas monografias, teses, material cartográfico etc., até meios de comunicação orais: Rádio, gravações fitas magnéticas e audiovisuais: filmes e televisão. Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto, inclusive conferências seguidas de debates que tenham sido transcritos por alguma forma, quer publicadas quer gravadas.

Para dar embasamento com a pesquisa bibliográfica no segundo momento foi realizado a entrevista junto a quatro mulheres Cooperadas, sendo que uma participante da Feira Solidária dentro da UNESCO e três da Feira da Agricultura Familiar estabelecida na Praça Nereu Ramos, no centro de Criciúma. Vale ressaltar que a escolha das entrevistadas se deu pelo acesso. A entrevistada ficou receosa em responder à entrevista e encaminhou ao esposo para que pudesse responder às perguntas da pesquisadora, desta forma, invalidando a amostra de cinco entrevistados, validando apenas quatro entrevistadas.

Entrevista é o encontro entre duas pessoas a fim de obter informações a respeito de determinado assunto mediante uma conversação de natureza profissional (MARCONI; LAKATOS, 2008).

O Quadro 6, apresenta a síntese dos títulos e autores que sustentam o trabalho de monografia:

3.2.1 Fontes de títulos da pesquisa bibliográfica

Quadro 3 - Fonte de títulos da pesquisa bibliográfica

TÍTULOS	AUTORES
As ciências humanas e a situação da mulher	GLENN, Evelyn. São Paulo, (24), 1978, pp. 15-21.
Pesquisa em educação	LUDKE, Menga; ANDRÉ, Marli E.D.A. São Paulo, Pedagógica e Universitária, 1986. 99 p.
Construindo o Saber	CARVALHO, Maria Cecília Maringone de (org.). Papyrus 1989
A mulher empreendedora	WILKENS, Joanne. São Paulo: McGraw-Hill, 1989
Marketing direto	STONE, Bob. São Paulo Nobel 1992.
A mulher na administração escolar	VARGAS, Glaci de Oliveira P. Campinas, SP: Papyrus 1993.
Empreendedorismo	MARQUES, Vagner Luiz. Edição. Cianorte, Paraná. 1994.
Iniciação à pesquisa bibliográfica	MACEDO, Neusa Dias de. 2ª edição revista São Paulo. Edições: Loyola, 1994.
Empreender	MORI, Flavio. Florianópolis: Escola de novos empreendedores, 1998.
Mundo Rural e cultura	MOREIRA, Roberto José; COSTA, Luiz Flavio de Carvalho. Org/ Rio de Janeiro: Mauad, 2002.
Inovação e espírito empreendedor	DRUCKER, Peter Ferdinand São Paulo: Pioneira Thomsom, 2003..
Vivendo e aprendendo com grandes nomes	BRITO, Francisco; WEVER, Luiz Rio de Janeiro: Elsevier 2003- 5ª reimpressão.
Introdução a pesquisa	GLESLER, Lori Alice 2ª ed. rev. Atual- São Paulo. Loyola 2004.
Empreendedorismo	CHIAVENATO, Idalberto São Paulo: Saraiva, 2005.
Marketing para mulheres	BARLETA, Martha Rio de Janeiro: Elsevier 2006
Mulheres empreendedoras	DUARTE, Renata Barbosa Araujo Sebrae 2006.
Mulheres empreendedoras	GOMES, Almirava Ferraz Edições Uesb, 2006. 172 p.
Normalização para trabalhos de conclusão em educação física	PICCOLI, João Jacottet – 2ª Edição Canoas: Ed. ULBRA 2006. 368 P.
Gestão da inovação: A economia da tecnologia do	TIGRE, Paulo Bastos Rio de Janeiro: Elsevier, 2006. _7ª reimpressão.il.

Brasil	
3º Prêmio Construindo a igualdade de gênero	DARONCO, Maiara Larissa Brasília: Presidência da República, secretária Especial de Políticas para as Mulheres, 2008
Empreendedorismo	DORNELAS, Jose Carlos. 3. ed.- Rio de Janeiro. Elsevier 2008. -2º reimpressão
Técnicas de pesquisa	MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. 7.ed. – São Paulo: Atlas, 2008
O empreendedor	DEGEN, Ronald Jean São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.
Empreendedorismo uma visão do processo	BARON, Robert A; SHANE, Scott A. São Paulo: Cengage, 2011
Dicionário de datas da História do Brasil	BITTENCOURT, Circe (organizadora).
Empreendedorismo	REIS, Evandro Paes dos/ ÀRMOND, Álvaro Cardoso. 2ª ed. São Paulo- Contexto 2012.
Marketing da mulher	VANDA, Neves Como conquistar o que precisa para ser feliz. 2012, Sociedade Editorial LTDA
As doze mulheres da bíblia	BATALHA, Leonette Smith 1ª Edição: São Paulo. Baraúna, 2013.
Gestão da inovação	FILHO, Fernando Luiz Freitas. São Paulo: Atlas: 2013
A bíblia do empreendedor	MELINDA, F. Emerson. São Paulo. Gente 2013.

Fonte: dados da pesquisa (2015).

A seleção dos livros foi realizado na Biblioteca Prof.º Eurico Back na UNESC, sendo que além dos empréstimos dos livros foi feito um curso de base de dados em artigos científico para complemento com a pesquisa bibliográfica.

As bibliotecas acadêmicas oferecem novas oportunidades de aprendizado de habilidades informacionais através da Internet. Estes serviços são implementados na forma de páginas da Web ou em ambientes de aprendizado virtual e incluem desde guias de bibliotecas até sofisticados cursos sobre busca, recuperação, avaliação e apresentação de informações para áreas específicas do conhecimento humano (CAREGNATO, 2003).

3.3 PLANO DE COLETA DOS DADOS

A coleta dos dados foi realizada em Criciúma- SC sendo três cooperadas da agricultura familiar e uma da Feira Solidária da UNESC, sendo que ao mesmo tempo que atendiam os seus clientes oferecendo os seus produtos respondiam um questionário realizado assim a entrevista.

Um instrumento utilizado para a coleta de dados é a entrevista. Uma das grandes vantagens deste instrumento é que se estabelece uma interação entre pesquisador e pesquisado, ao contrário de outros métodos, como a observação unidirecional, por exemplo, onde se estabelece uma relação hierárquica entre ambos. Na

área universitária, se aconselha grande flexibilidade na elaboração do questionário. Os vários cuidados e exigência, que devem ser observados (LUDKE; ANDRÉ, 1986).

Ordenar uma série de dados em uma ou mais variáveis no universo do acontecimento é dividi-los em partes, classes ou categorias para serem analisados. Sendo que as medidas qualitativas respondem a pergunta “como”, e é muito importante na investigação do trabalho (MARCONI; LAKATOS, 2008).

As informações obtidas não podem ser quantificáveis, os dados obtidos são analisados indutivamente. A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. Pode ser requerida em duas situações: Para uma pesquisa de levantamento preliminar-piloto, base para a elaboração de um questionário, ou ainda, como suporte necessário para explicar os porquês das relações identificadas na pesquisa quantitativa. Pode ser utilizado como único método, dependendo da natureza do problema de pesquisa (RODRIGUES, 2007).

Os dados da pesquisa são primários, levantados a partir da entrevista efetuada junto às mulheres da Feira da Agricultura Familiar e a Feira Solidária da UNESC. Para Rodrigues (2007) dado primário é realizado pelo próprio pesquisador e as variáveis observados a partir do questionário.

Foi aplicado um questionário com 13 questões, junto a nove produtoras rurais. Buscando manter o sigilo da identidade, os entrevistados foram identificados como E1, E2, ... E4. As classificações das respostas para o trabalho são prováveis e valiosas, quanto as questões incluídas no estudo, significa obter respostas do trabalho investigado (MARCONI; LAKATOS, 2008).

3.4 PLANOS DE ANÁLISE DOS DADOS

Os resultados são obtidos por meio de análise dos dados e interpretação dos dados. Os dados apresentaram resultados em passo a passo, indicando elementos importantes, delineando fases do estudo que a pesquisa demonstrou. A análise dos dados, explica o fenômeno e as relações existentes entre eles e alguns fatores antecedentes ou independentes, a comprovação da hipótese se faz por meio da análise. Interpretação dos dados a discussão dos resultados encontrados e confronto com os obtidos por outros estudiosos, apontou pontos importantes e realçando determinados setores (MARCONI; LAKATOS, 2008).

São cinco as características básicas da pesquisa qualitativa, chamada, às vezes, também de naturalística: a pesquisa qualitativa tem o ambiente natural como sua fonte direta de dados e o pesquisador como seu principal instrumento. Os dados coletados são predominantemente descritivos. A preocupação com o processo é muito maior do que com o produto. O significado que as pessoas dão às coisas e à sua vida são focos de atenção especial pelo pesquisador. A análise dos dados tende a seguir um processo indutivo (LUDKE; ANDRÉ, 1986).

Neste sentido para o presente trabalho, através do questionário os dados são primários e possui abordagem qualitativa.

4 CATEGORIAS DE ANÁLISES

O presente capítulo apresenta os resultados obtidos nas entrevistas por meio da coleta de dados pelo questionário junto aos participantes das feiras. O questionário foi aplicado nas feiras e quando houve a disponibilidade do respondente. Em sua grande maioria, a atividade econômica principal é a fabricação de biscoitos e bolachas. Eles possuem potencial de multifuncionalidade da agricultura e de empreendedorismo, buscando efetividade nas respostas.

É a tentativa de evidenciar as relações existentes entre o fenômeno estudado e outros fatores. Interpretação da análise dos dados, é a atividade intelectual que procura dar um significado mais amplo às respostas, vinculando-as o outro conhecimento. Em geral, a interpretação significa a exposição do verdadeiro significado do material apresentado, em relação aos objetivos propostos e ao tema (CAMPOS, 2012).

4.1 PERFIL DOS EMPREENDIMENTOS

A cooperativa permite por meios legais a viabilização dos empreendimentos das agricultoras familiares, o acesso e a construção de mercados diferenciados de comercialização dos produtos das feiras da agricultura familiar estão sendo potencializados, na medida em que os cooperados se legalizam através das cooperativas, alcançando os objetivos que individualmente não conseguiriam (ESTEVAM; RONSANI, 2012).

Os empreendimentos das mulheres agricultoras, é realizado por feiras solidárias e feira da agricultura familiar como citado anteriormente, sendo que a sua produção ocorre na sua propriedade rural.

A organização dos empreendimentos nas feiras ocorre a formação de cadeias de alimentos favorece tanto os próprios agricultores como toda a sociedade, por possibilitar o acesso a alimentos saudáveis e de qualidade para a população, garantindo sua segurança alimentar e por oportunizar a venda direta de alimentos produzidos pelos agricultores no município ou região, fortalecendo e movimentando a economia local (ESTEVAM; RONSANI, 2012).

O objetivo do questionamento no empreendimento das agricultoras é para compreender as suas atividades desempenhadas na agricultura familiar.

A seguir será apresentado os quadros do com as respostas das entrevistadas no quadro 5: o ramo empresarial do negócio.

Quadro 4. Ramo empresarial do negócio

ENTREVISTADA	CARACTERÍSTICAS
Entrevistada 1	Produção e comercialização de alimentos.
Entrevistada 2	Produção e comercialização de alimentos.
Entrevistada 3	Produção e comercialização de alimentos integrais.
Entrevistada 4	Produção e comercialização de alimentos.

Fonte: Dados obtidos pela pesquisa (2015).

Todas as entrevistadas trabalham com produtos alimentícios feito de forma caseira da agricultura e possui diferencial de qualidade e sem o uso de agrotóxicos.

O comportamento cada vez mais segmentado dos consumidores que vêm buscando produtos que lhes ofereçam diferenciais em relação aos produtos tradicionais comercializados no mercado. Buscam produtos artesanais (coloniais), produzidos sem conservantes e aditivos químicos, feitos artesanalmente em que a garantia de procedência e de qualidade, geralmente é a repassada através de recomendações de amigos e conhecidos que adquirem os produtos. A produção de alimentos e artesanatos sempre esteve presente nas rotinas diárias das propriedades e culturas locais. Mesmo com a intensificação tecnológica, em que houve aumento da produção e da produtividade em escala, se manteve grandes contingentes de produtores tradicionais em mercados alternativos (ESTEVAM *et al*, 2015).

A seguir será apresentado no quadro 6, função no negócio da propriedade

Quadro 5. Função no negócio da propriedade

ENTREVISTADA	CARACTERÍSTICAS
Entrevistada 1	Produtora e vendedora.
Entrevistada 2	Produtora e vendedora.
Entrevistada 3	Produtora e vendedora.
Entrevistada 4	Produtora e vendedora.

Fonte: Dados obtidos pela pesquisa (2015).

Todas as entrevistadas interagem com a produção e as vendas.

As feiras de economia solidária são espaços de socialização e cultura, articulam num mesmo espaço produção e comercialização, gera significados múltiplos nas relações de troca. Além de viabilizar o comércio local e proporcionar geração de trabalho e renda, são lugares de articulação política, reprodução da cultura e da identidade de um território. Por isso, são espaços privilegiados que guardam grande potencial para ações coletivas, fortalecendo as organizações e redes cooperação (ESTEVAM *et al*, 2015). A seguir será apresentado Quadro 7, sobre o tempo que trabalha nesta função.

Quadro 6. Tempo que atuam no mercado

ENTREVISTADA	CARACTERISTICAS
Entrevistada 1	Dez anos no mercado
Entrevistada 2	Seis anos no mercado
Entrevistada 3	Três anos no mercado
Entrevistada 4	Dois anos no mercado

Fonte: Dados obtidos pela pesquisa (2015).

De acordo com o Quadro 7, os empreendimentos variam de três a dez anos no mercado.

A seguir será apresentado o Quadro 8, quanto aos produtos produzidos na propriedade

Quadro 7. Produtos produzidos na propriedade

ENTREVISTADA	CARACTERISTICAS
Entrevistada 1	Bolos, pães, e bolacha, salame, queijo e batata doce e feijão.
Entrevistada 2	Pão, bolos, bolachas e doces.
Entrevistada 3	Bolachas e bolos integrais, sem glúten e sem lactose.
Entrevistada 4	Doces geleias e cristalizados

Fonte: Dados obtidos pela pesquisa (2015).

Grande parte dos produtos fabricados é: pão, bolo e bolachas caseiras e uma com o diferencial de doces geleias e cristalizados.

As famílias agricultoras do município de Criciúma não vendem somente o produto bruto, mas formaram cooperativas onde produzem pão, bolachas, doces, salames, queijo. Isto proporciona um ganho alternativo e maior para os pequenos agricultores durante todo o ano (SILVA, 2012).

4.2 CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS

As mulheres entrevistada da agricultura familiar, possuem características empreendedoras. As características empreendedoras possui fenômeno cultural, ou seja, é fruto dos hábitos, práticas e valores das pessoas. Existem famílias mais empreendedoras do que outras, assim como cidades, regiões, países. Na verdade aprende-se a ser empreendedor através da convivência com outros empreendedores. Empresários de sucesso são influenciados por empreendedores do seu círculo de relações com a família, amigos ou por líderes ou figuras importantes, tomados como modelo (CAMPOS, 2007).

A empresária analisa seu caminho e percebe a maneira perfeita de realizar algo. Compreender a personalidade empreendedora separa o mito da realidade e determinar o que motiva a proprietária de uma empresa a ter sucesso (WILKENS, 1989). No quadro 9 serão apresentadas as razões para iniciar o negócio.

Quadro 8. Razões para iniciar o negócio

ENTREVISTADA	CARACTERÍSTICAS
Entrevistada 1	Surgiu a partir da produção de merenda escolar, encomendas vendas a mercados e padarias.
Entrevistada 2	Surgiu a iniciativa de iniciar o seu negócio a partir de encomendas, merenda escolar, café colonial e comercializando nas feiras.
Entrevistada 3	A iniciativa surgiu através da oportunidade de nicho de mercado.
Entrevistada 4	A iniciativa do negócio surgiu a partir de um projeto de renda.

Fonte: Dados obtidos pela pesquisa (2015).

A agricultura diversificada em pequena escala, por seu turno oferece possibilidades de se estabelecerem vínculos produtivos e comerciais, em âmbito regional voltado para a produção, distribuição e consumo de alimentos diferenciados (MOREIRA; COSTA, 2002).

Os enfoques econômicos convencionais baseiam-se numa concepção de acessos a mercados que se supõem existentes ou são considerados como um dado externo ao âmbito do empreendimento em questão. Neste termo, a ênfase é colocada na participação empresarial dos pequenos agricultores e em outros aspectos internos ao empreendimento. Os mercados inserem as mercadorias e agregam valor ao produto (MOREIRA; COSTA, 2002).

A E3 observou a oportunidade no mercado. O mercado doméstico desempenha papel dinâmico e tende a ser majoritária a participação da produção interna

no consumo total principalmente no caso dos alimentos. O maior peso relativo do mercado doméstico e a grande diversidade regional podem ampliar as oportunidades para o florescimento de pequenos empreendimentos agroalimentares, oportunidades tanto maiores quanto mais equitativa for a distribuição da renda e da riqueza (MOREIRA; COSTA, 2002).

O surgimento de uma ideia sobre a criação de um novo negócio possui caráter visionário a uma oportunidade, a propriedade intelectual garante o sucesso da oportunidade e características dos processos (MORI, 1998).

A seguir será apresentado o quadro 10, as principais dificuldades apontadas pelas entrevistas para administrar o negócio.

Quadro 9. Dificuldades para administrar o negócio

ENTREVISTADA	CARACTERÍSTICAS
Entrevistada 1	Entrar e se destacar no mercado.
Entrevistada 2	Dificuldade foi vivenciar as dúvidas e incerteza sobre o negócio
Entrevistada 3	A dificuldade no início foi a falta de experiência na empresa financeira.
Entrevistada 4	No início teve dificuldade.

Fonte: Dados obtidos pela pesquisa (2015).

A pesquisa das entrevistadas diz que todas tiveram dificuldades no início de incertezas se destacarem e conhecimento em administração.

O empreendedor possui ampla visão na formalização de ideias e negócios, capacidade de transformar em projetos específicos vontade de arriscar e assumir riscos, perseverança, aceitação de ambiguidades e de incertezas, inteligência emocional, sintonia com o mercado e com as oportunidades que nem sempre são percebidas pelos outros (CHIAVENATO, 2005).

O Quadro 11, mostra como foram qualificadas para atuar no ramo de atividade desenvolvida no presente momento.

Quadro 10. Investimento em cursos de qualificação para administrar o negócio

ENTREVISTADA	CARACTERISTICAS
Entrevistada 1	Cursos da EPAGRI para agricultores
Entrevistada 2	Cursos da EPAGRI para agricultores
Entrevistada 3	Possui formação em nutrição.
Entrevistada 4	Cursos da EPAGRI para agricultores

Fonte: Dados obtidos pela pesquisa (2015).

As entrevistadas se reúnem em assembleias e recebem cursos para as agricultoras através da Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina - Epagri, para qualificar os serviços com a alimentação de qualidade.

Projetos em cooperativas oferecidos pela Epagri estão ajudando e incentivando os agricultores a ter alternativa de ganhos diferentes para a família com os próprios produtos cultivados em suas terras (SILVA, 2012).

Já a E4, possui um diferencial, graduação em nutrição para aumentar a qualidade de seus produtos produzidos.

A Unesc possui parceria com o curso de nutrição, o objetivo é fortalecer os laços de confiança entre feirantes e a comunidade acadêmica. Vive-se num mundo de dúvidas e incertezas sobre a qualidade dos alimentos consumidos e o envolvimento de acadêmicos e professores deste curso, se reveste de grande valia no despertar da consciência sobre a importância da segurança alimentar e nutricional, juntamente com a disseminação dos princípios da economia solidária na comunidade acadêmica. E para os produtores reforçar a confiança da relação estabelecida com os consumidores, através da rotulagem nutricional dos produtos comercializados. Sabe-se da importância da informação nutricional para a promoção da saúde e da segurança alimentar e nutricional, para atingir este objetivo, o Curso de Nutrição tem elaborado as informações nutricionais para os rótulos dos alimentos produzidos pelos feirantes e comercializados na feira.

Esta parceria se reveste de grande importância ao reforçar os aspectos saudáveis e na valorização dos produtos dos feirantes, que passaram a disponibilizar deste reforço na certificação da qualidade. Esta interação entre professores e acadêmicos é um importante meio de comunicação entre consumidores e os empreendimentos (ESTEVAM *et al*, 2015).

A etapa da preparação é fundamental e os conhecimentos sobre o assunto deve participar do processo, as pessoas criativas são importantes em seção de geração

de ideias pois são elas que produzirão maiores propostas e farão as ligações entre as ideias apresentadas, pessoas com este perfil são fundamentais para que aconteça a inovação. São elas que irão tirar as ideias do papel e farão o caminho da ideia a realidade (LUIZ; FILHO, 2013).

Na entrevista buscou-se conhecer as ações desenvolvidas na propriedade, quanto a: (1) a garantia de certo nível de segurança alimentar; (2) proteção ao meio ambiente; (3) criação de empregos; (4) gestão dos territórios rurais e dos recursos naturais, como solo, biodiversidade a função social. A seguir será apresentado o quadro 12 das ações desenvolvida na propriedade

Quadro 11. Ações desenvolvidas na propriedade

ENTREVISTADA	CARACTERISTICAS
Entrevistada 1	Dificuldade de responder
Entrevistada 2	Dificuldade de responder
Entrevistada 3	Dificuldade de responder
Entrevistada 4	Dificuldade de responder

Fonte: Dados obtidos pela pesquisa (2015).

As entrevistadas tiveram dificuldade e não conseguiram responder essas perguntas. Aspectos como a segurança alimentar, conservação de paisagens, ecossistemas e agroecossistemas, e a reprodução social das famílias rurais, passam a ser utilizados para justificar as múltiplas funções que o agricultor familiar desempenha, e para reafirmar seu papel na sociedade. As múltiplas funções, apresenta algumas considerações conceituais a respeito da agricultura (CANDIOTTO, 2009).

O Quadro 13 apresenta as melhorias percebidas no trabalho desenvolvido na propriedade rural.

Quadro 12 - Melhorias na vida dos proprietários

ENTREVISTADA	CARACTERISTICAS
Entrevistada 1	Trabalho qualificado e renda.
Entrevistada 2	Trabalho qualificado e renda.
Entrevistada 3	Trabalho qualificado e renda.
Entrevistada 4	Trabalho qualificado e renda.

Fonte: Dados obtidos pela pesquisa (2015).

As mulheres afirmam que a qualificação melhorou a qualidade dos produtos, fato que conseguem realizar as vendas nas feiras, proporcionando-lhes com

isso, o que os economistas chamam de poder de mercado, ou seja, poder de barganha, além de ganhos de escala (SINGER, 2001).

O Quadro 14, mostra as funções desempenhadas pela mulher e seus familiares.

Quadro 13. Funções desempenhadas pelos membros da família

ENTREVISTADA	CARACTERISTICAS
Entrevistada 1	Todos os que trabalham no negócio são pessoas da família.
Entrevistada 2	Todos os que trabalham no negócio são pessoas da família.
Entrevistada 3	Todos os que trabalham no negócio são pessoas da família.
Entrevistada 4	Todos os que trabalham no negócio são pessoas da família.

Fonte: Dados obtido pela pesquisa (2015).

As entrevistadas afirmam que possui vínculo produtivo, de forma que contam com a ajuda da família para auxiliar em suas tarefas de produção e entrega das mercadorias sendo que as mesmas são coordenadas por elas.

A agricultura tem como característica o fato de que a família é proprietária dos meios de produção e ao mesmo tempo responsável pela execução da atividade agrícola no meio produtivo, ou seja, a família é vista como o centro produtivo capaz de assimilar as atividades família-produção-trabalho, gerando impactos na sua ação social e econômica (WANDERLEY, 2013).

No Quadro 15 será apresentado as metas estabelecidas para o negócio.

Quadro 14. Metas estabelecidas no negócio

ENTREVISTADA	CARACTERISTICAS
Entrevistada 1	Comprar mais equipamentos para aumentar a produção.
Entrevistada 2	Se expandir e se aperfeiçoar.
Entrevistada 3	Expansão da área física do negócio.
Entrevistada 4	Criação de novos produtos.

Fonte: Dados obtidos pela pesquisa (2015).

Os empreendimentos inovam constantemente em vários ramos, inclui inovações em produtos, serviços, processos, gestão desenvolvimento de novos mercados, melhoramento na logística e inovações organizacionais. O lançamento de algo *novo* é essencial diante de um padrão de competição assentado na diferenciação (TIGRE, 2006).

A seguir será apresentado o Quadro 16, com depoimentos das mulheres para que o negócio tenha sucesso.

Quadro 15. Essência para o sucesso empresarial

ENTREVISTADA	CARACTERISTICAS
Entrevistada 1	Melhorar em todos os aspectos da empresa na estrutura e nas vendas.
Entrevistada 2	Fazer os produtos com amor e dedicação, caso contrário não faz sentido mesmo que tenha dinheiro.
Entrevistada 3	Muito trabalho e determinação.
Entrevistada 4	Muita dedicação e trabalho aumentando a qualidade do produto.

Fonte: Dados obtidos pela pesquisa (2015).

De acordo com a E1, a meta é melhorar em todos os aspectos do negócio; (E2), fazer os produtos com amor e dedicação; (E3), determinação e trabalho; e (E4), dedicação e trabalho para melhorar a qualidade do produto.

Pessoas movidas pela necessidade de realização canalizam muita energia para o aperfeiçoamento e progresso constantes em seus desempenhos e realizações, gostam de resolver problemas que signifiquem desafio para as suas próprias capacidades e cuja resolução produza sentimento de competência pessoal (CAMPOS, 2007).

Ser empreendedor, não é só ganhar muito dinheiro, ser independente ou realizar algo. O preço do sucesso e da independência econômica pode ser muito alto para o empreendedor. No potencial alto demais vale a pena o sacrifício na realização do seu próprio negócio (DEGEN, 2009).

Os estudos científicos que analisam o comportamento empreendedor procuram dimensionar comportamentos, ações e atitudes que o diferencie do ser humano *normal* estruturando características pessoais de sucesso que norteiam aqueles que desejam trabalhar. É cada vez crescente o número de estudos e pesquisas realizadas na tentativa de entender as forças sociológicas que movem o empreendedor de sucesso. Cada pesquisador usando uma lógica e uma metodologia estabelecida em seus próprios campos, tem direcionado esforços significativos na identificação das características empreendedoras (CAMPOS, 2007).

O resultado desta pesquisa, corrobora com os dados trazidos pela Directive (2010), pois dentre as nove entrevistas realizadas, somente quatro mulheres se propuseram a responder e as cinco encaminhou para que o marido respondesse à

entrevista. Percebe-se que parte das mulheres produzem os produtos e vendem nas feiras. São as mulheres que mantêm a propriedade rural rentável e produtiva, porém, quem gere o dinheiro dos negócios ainda é o marido. Este resultado vai de encontro com as situações previstas na Directive (2010), onde as mulheres encontram diversos obstáculos na agricultura, como: (1) muitas mulheres é a empresária agrícola, porém, é o marido quem a gere e quem auferir a remuneração; e (2) algumas mulheres desempenham a função na empresa agrícola, sem receber uma remuneração adequada.

5 CONCLUSÃO

Nos primórdios da agricultura os pequenos proprietários comercializavam seus produtos na feira para sobreviver, hoje em dia por meio das feiras os agricultores também vendem os seus produtos se destacam pela qualidade dos produtos da agricultura.

Já as entrevistadas desenvolvem seu trabalho por meio da cooperativa que ao longo de sua carreira conseguem se manter no trabalho e se aperfeiçoar, tratando também de rotinas administrativas de seus negócios.

Das entrevistadas, apenas uma mulher apresentou o domínio em todos os aspectos do seu negócio, transmitindo segurança em atender os clientes e argumentar sobre os seus produtos.

Constata-se que, dentre as nove entrevistas realizadas, somente quatro mulheres se propuseram a responder pessoalmente a entrevista, com alguns questionamentos dirigidos ao marido, e as cinco mulheres encaminharam para que o marido respondesse à entrevista. Percebe-se que parte das mulheres tocam todo o processo produtivo do produto, produzem os produtos e vendem nas feiras. São essas mulheres que mantêm a propriedade rural rentável e produtiva, porém, quem gere o dinheiro dos negócios é o marido. Diante deste fato, pode-se concluir que mesmo sendo as mulheres empresárias, elas ainda necessitam do marido para tocar o negócio. Percebe-se que as questões socioculturais ainda são muito forte junto às entrevistadas, e está aí o desafio de promover a participação das mulheres na igualdade de gênero no setor agrícola.

Os resultados mostram que as características empreendedoras que mais se destacaram foi: as empreendedoras buscam de oportunidades com expansão de produtos diversificados com qualidade, desenvolve esforços para desenvolver suas tarefas, estabelece objetivos para o ne como elas conseguem ter sucesso e inovar seus empreendimentos.

Os alimentos da agricultura têm grande valor para as pessoas pois além da identidade cultural só tem benefícios com a alimentação saudável.

As entrevistadas possuem características empreendedoras, pois elas demonstraram que souberam criar algo importante acontecer a partir da necessidade com alto valor agregado em termos de alimentação.

Percebe-se que por meio de empreendedoras e agricultoras pode-se obter benefícios para tudo e para todos, espera-se que o resultado deste estudo tenha contribuído para o conhecimento acadêmico.

REFERENCIAS

- ALTAFIN, Iara. **Reflexões sobre o conceito de agricultura familiar**. I Altafin - Brasília: CDS/UnB, 2007 - feis.unesp.br. Disponível em: <http://www.feis.unesp.br/Home/departamentos/fitotecniatecnologiadealimentosesocioeconomia716/antoniolazarosantana/conceito-de-agricultura-familiar.pdf> Acesso: 11 out. 2015.
- BARON, Robert A; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo uma visão do processo/** Tradução All Tasks. – São Paulo: Cengage, 2011.
- BITTENCOURT, Circe (organizadora). **Dicionário de datas da História do Brasil**.- 2ª ed. São Paulo- Contexto 2012. ISBN 978-7244-512-2.
- BRITO, Francisco; WEVER, Luiz. **Vivendo e aprendendo com grandes nomes**- Rio de Janeiro: Elsevier 2003- 5ª reimpressão.
- BRUMER, Anita; PAULILO, Maria Ignez. As agriculturas do sul do Brasil. **Revista Estudos Feministas**, v. 12, n. 1, p. 171-174, 2004. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104026X2004000100009&script=sci_arttext Acesso: 15 nov. 2015.
- BRUMER, Anita, “Gênero e Agricultura”, Estudos Femininos, Florianópolis, 12(1):360, jan-abr/2004, p.205-227
- DE CAMPOS, Eliane Vargas. **As características do comportamento empreendedor**. 2007. Disponível em: <http://guaiba.ulbra.br/seminario/eventos/2007/artigos/administracao/302.pdf> Acesso: 18 nov. 2015
- CARVALHO, Maria Cecília Maringone de (org.). **Construindo o Saber/** Metodologia Científica/ Fundamentos e Técnicas – 2ª Edição. Campinas, São Paulo: Papirus 1989.
- CAREGNATO, Sônia Elisa. Busca e uso de informações por alunos de pós-graduação: implicações para o desenvolvimento de habilidades informacionais na área de comunicação. In: **Congresso brasileiro de ciências da Comunicação**. 2003. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/93407692837071477841198411391128160286.pdf> Acesso: 01 nov. 2015.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor**. – São Paulo: Saraiva, 2005.
- DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: uma opção de carreira**. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.
- DIRECTIVE 2010/41/EU of the European Parliament and of the Council of 7 July 2010 on the application of the principle of equal treatment between men and women engaged in an activity in a self-employed capacity. Disponível em:

<<http://www.europarl.europa.eu/sides/getAllAnswers.do?reference=E-20107841&language=PT>>. Acesso em: 22 Nov. 2015.

DORNELAS, Jose Carlos Assis, 1971. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios- 3. ed.- Rio de Janeiro. Elsevier 2008. -2º reimpressão. Disponível em: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/library?a=d&c=eventos&d=Jev1883> Acesso: 11 nov. 2015.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship)**: Práticas e princípios/ São Paulo: Pioneira Thomsom, 2003.

DUARTE, Renata Barbosa Araujo. Histórias de sucesso: **Mulheres empreendedoras**/ Organizado por Renata Barbosa de Araújo Duarte, Clarice Veras-Brasília: Sebrae 2006.

ESTEVAM, Dimas de Oliveira; LANZARINI, Joelcy José Sá; BUSARELLO, Realdino José. Cooperativas Virtuais e o difícil caminho da legalidade: o caso dos Agricultores Familiares da Região do Sul do Estado de Santa Catarina. **Anais do 5º Encontro da Rede de Estudos Rurais. Belém, 2012**. Disponível em: <http://www.redesrurais.org.br/sites/default/files/Cooperativas%20Virtuais%20e%20o%20dif%C3%ADcil%20caminho%20da%20legalidade.pdf> Acesso: 11 nov. 2015.

_____Dimas de Oliveira; RONÇANI liara, Darabas. Segurança alimentar e consumismo na contemporaneidade: A agricultura familiar como resposta aos desafios para uma alimentação saudável. In: **VII Jornadas de Sociología de la UNLP 5 al 7 de diciembre de 2012 La Plata, Argentina. Argentina en el escenario latinoamericano actual: Debates desde las ciencias sociales**. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología, 2012.

_____Dimas de Oliveira et al. **Colloque international Economie sociale et solidaire dans un contexte de multiculturalité**, diversité et développement territorial– UNC/Université Blaise Pascal–Mendoza (Argentine), les 15, 16 et 17 Avril 2015. Disponível em: http://comsol.univ-bpclermont.fr/sites/comsol.univ-bpclermont.fr/IMG/pdf/ESTEVAM_Dimas_all.pdf Acesso: 11 nov. 2015.

FREITAS; FILHO, Fernando Luiz. **Gestão da inovação**: teoria e prática para implantação/-São Paulo: Atas: 2013.

FUGISAWA, Suzuki Marie. **Das amélias a multifuncionalidade profissional**. A emancipação feminina no comerciais de televisão. Copyright 2006. Summus editorial. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=OO5s5bGYNMIC&printsec=frontcover&dq=sigificado+de+multifuncionalidade&hl=ptBR&sa=X&ved=0CBoQ6AEwADgoahUKEwi6-IrY9P7HAhUFkpAKHb02BeY#v=onepage&q&f=false>>. Acesso: 17 set. 2015.

GEM 2014 - Global Entrepreneurship Monitor – **Empreendedorismo na região sul do Brasil**. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014_sul.pdf>. Acesso em: 22 Nov. 2015.

GLENN, Evelyn. **As ciências humanas e a situação da mulher**. São Paulo, (24), 1978, pp. 15-21.

GLESLER, Lori Alice. **Introdução a pesquisa: Projetos e relatórios**- 2ª ed. rev. Atual- São Paulo. Loyola 2004.

GOMES, Almirava Ferraz. **Mulheres empreendedoras** Vitória da conquista: Edições Uesb, 2006. 172 p. ISBN 85-88505-35-5.

LISBOA, Armando de Melo. Economia solidária e autogestão: imprecisões e limites. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, v. 45, n. 3, p. 109-115, 2005. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rae/article/viewFile/37266/36031>>. Acesso: 09 nov. 2015.

LUDKE, Menga; ANDRÉ, Marli E.D.A. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. São Paulo, Editora Pedagógica e Universitária, 1986. 99

MACEDO, Neusa Dias de. **Iniciação à pesquisa bibliográfica: guia do estudante para fundamentação do trabalho de pesquisa** - 2ª edição revista São Paulo. Edições: Loyola, 1994.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados/** – 7.ed. – São Paulo: Atlas, 2008.

MARQUES, Vagner Luiz. **Empreendedorismo**. 1 Edição. Cianorte, Paraná. 1994.

MARTINS, Gilberto de Andrade. Estudo de caso: uma estratégia de pesquisa. In: **Estudo de caso: uma estratégia de pesquisa**. Atlas, 2008. Disponível em: http://www.polo.unisc.br/portal/upload/com_arquivo/o_estudo_de_caso_como_modalidade_de_pesquisa.pdf Acesso: 12 nov.2015.

MELINDA, F. Emerson. **A bíblia do empreendedor: Torne seu próprio chefe em doze meses**; Tradução de Irati Antonio- São Paulo. Editora Gente 2013.

MIRANDA, Carlos Luiz de; ADIB, Alberto Renaut. **Multifuncionalidade e desenvolvimento rural sustentável**. CL de Miranda, AR Adib - 2007 - cursa.ihmc.us Disponível em: http://cursa.ihmc.us/rid=1188901314384_85339610_8439/MultifuncionalidadeDesenvolvimentoRuralSustentavel_ArtigoRevistaMarcoSocial.pdf Acesso: 10/10/2015.

MOREIRA, Roberto José; COSTA, Luiz Flavio de Carvalho. **Mundo Rural e cultura**.Org/ Rio de Janeiro: Mauad, 2002. 316p. 16cm x 23cm. ISBN 85-7448-076-6

MORI, Flavio. **Empreender: Identificando, avaliando e planejando um novo negócio/ (org.)**. – Florianópolis: Escola de novos empreendedores, 1998.

PERONDI, Miguel Angelo. **Agricultura como fronteira entre sociedade e natureza: novos atributos a multifuncionalidade**. [MA Perondi](#) - ... DA Associação nacional do programa de ..., 2004 - anppas.org.br. Disponível em:

http://www.anppas.org.br/encontro_anual/encontro2/GT/GT05/miguel_perondi.pdf
Acesso: 11 out. 2015

PICCOLI, João Jacottet. **Normalização para trabalhos de conclusão em educação física** – 2ª Edição Canoas: Ed. ULBRA 2006. 368 p.

PINHO, Thays Regina Rodrigues. **Empreendedorismo Feminino**: o trabalho feminino no contexto da atual reestruturação produtiva e das políticas públicas. (Graduação). Universidade Estadual do Maranhão. Disponível em:
<http://www.joinpp.ufma.br/jornadas/joinppIV/eixos/2_transformacoes-do-mundo-do-trabalho/empreendedorismo-feminino.pdf>. Acesso: 17 set. 2015.

REIS, Evandro Paes dos; ÀRMOND, Álvaro Cardoso. **Empreendedorismo**. Curitiba: IESDE Brasil S. A, 2012.

RIBEIRO REZENDE, Matheus; TORRES TEIXEIRA, Sergio Orientador. **A iniciativa instrutória do juiz: reflexões em torno da definição de sua natureza jurídica**. 2011. Disponível em: <<http://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/4774>>. Acesso: 10 nov. 2015.

SINGER, Paul. A recente ressurreição da economia solidária no Brasil. **Produzir para viver: os caminhos da produção não capitalista**. Rio de Janeiro: **Civilização Brasileira**, v. 2, p. 81-129, 2002. Disponível em:
<http://www.ces.uc.pt/emancipa/research/pt/ft/difusao.html> Acesso: 27 out. 2015

_____. Paul. Economia solidária versus economia capitalista. **Sociedade e estado**, v. 16, n. 1-2, p. 100-112, 2001. Disponível em:
http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010269922001000100005&script=sci_arttext
Acesso: 27 out. 2015

SCHNEIDER, Sérgio. Teoria social, agricultura familiar e pluriatividade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 18, n. 51, p. 99-121, 2003. Disponível em:
<<http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v18n51/15988>>. Acesso: 09 nov. 2015.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Perfil do produtor rural. 2012. Disponível em:
<[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/74018fad8be70a4c727626c2d9bbc4c4/\\$File/4806.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/74018fad8be70a4c727626c2d9bbc4c4/$File/4806.pdf)>. Acesso em: 22 Nov. 2015.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Empresários, potenciais empresários e produtores rurais no Brasil**. Serie estudos e pesquisas. 2015. Disponível em:
<[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/f767852e0f0362b43d506711b195b34b/\\$File/5455.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/f767852e0f0362b43d506711b195b34b/$File/5455.pdf)>. Acesso em: 22 Nov. 2015.

SILVA, Alessandro. **Ouse Sonhar**, letra da música lançado por Amanda Ferrari 2009. Br-rl1-09-00751

_____. Simone Carvalho da. **Aspectos agrícolas de um município com população predominantemente urbana**: o caso de Criciúma-SC. 2012. Disponível em:

<http://repositorio.unesc.net/bitstream/1/749/1/Simone%20Carvalho%20da%20Silva.pdf>
Acesso 16 nov. 2015.

STONE, Bob. **Marketing direto** /Tradução de Cacilda Rainho Ferrante, feita a partir da 4ª ed. Americana ver. Atual: Revisão Técnica e Adaptação de Eduardo Souza Aranha- São Paulo Nobel 1992.

TIGRE, Paulo Bastos, 1952- **Gestão da inovação: A economia da tecnologia do Brasil** / Paulo Bastos Tigre. 7ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

VANDA, Neves. **Marketing da mulher**. Como conquistar o que precisa para ser feliz. 2012, Sociedade Editorial LTDA. Uma empresa do grupo Le Y a. rua cidade de Concórdova- Portugal.

VARGAS, Glaci de Oliveira P. **A mulher na administração escolar**. Campinas, SP: Papyrus 1993. (Coleção Magistério. Formação e trabalho pedagógico.).

VERONESE, Marília Veríssimo; GUARESCHI, Pedrinho. Possibilidades solidárias e emancipatórias do trabalho: campo fértil para a prática da psicologia social crítica. **Psicologia & Sociedade**, v. 17, n. 2, p. 58-69, 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/psoc/v17n2/27045.pdf> Acesso: 09 out. 2015

WANDERLEY, Maria de Nazareth Baudel. Agricultura familiar e campesinato: rupturas e continuidade. **Estudos sociedade e agricultura**, v. 1, 2013. Disponível em: <http://r1.ufrj.br/esa/V2/ojs/index.php/esa/article/view/238/234> Acesso: 15 nov. 2015.

WILKENS, Joanne. **A mulher empreendedora: Como iniciar seu próprio negócios/** Tradução Maria Claudia de Oliveira Santos; Revisão técnica Maria Izabel Ramos Hopp. São Paulo: McGraw-Hill,1989.

APÊNDICE

Quadro 16. Questões realizada para a análise do trabalho.

1. Qual o ramo empresarial do seu negócio?
2. Qual a sua função no negócio da propriedade?
3. Levou quanto tempo para exercer a função atual?
4. Quais os produtos produzidos na sua propriedade?
5. Como surgiu a iniciativa de iniciar o seu negócio?
6. Enfrentou algum tipo de dificuldade?
7. Teve algum curso específico?
8. Como sua atividade desenvolvida na propriedade contribui para o desenvolvimento rural?
9. Que ações são desenvolvidas na sua propriedade que pode demonstrar algumas atribuições da propriedade:
 - a garantia de certo nível de segurança alimentar,
 - proteção do meio ambiente,
 - criação de empregos,
 - gestão dos territórios rurais e dos recursos naturais, como solo, biodiversidade a função social?
10. A partir do negócio desenvolvido pela propriedade, o que mudou na sua vida? O que mudou para a sua propriedade? Para a vida da sua família?
11. Colabora na transferência do conhecimento a diferentes setores da organização?
12. Transpõe com frequência as metas estabelecidas para o negócio?
13. Qual a essência para o sucesso empresarial?

Fonte: Elaborado pela autora (2015).