

*Tema 12: Empreendedorismo rural, pequenas propriedades rurais e agricultura familiar*

## EMPREENDEDORISMO CRIATIVO NA REGIÃO DE VENDA NOVA DO IMIGRANTE – ES

Talita Almeida Fernandes<sup>1</sup>  
Patrick Modolo Lima<sup>2</sup>  
Flávia Carolini Pereira dos Santos<sup>3</sup>  
Pamella Thaís Ferreira<sup>4</sup>

**Resumo:** Este artigo objetiva jogar luzes sobre o tema de empreendedorismo criativo, tendo como objeto de pesquisa o empreendimento Fazenda Lorenção, empresa familiar criada por Cacilda Lourenção e Máximo Franco, em Venda Nova do Imigrante, no Espírito Santo. Por meio de ideias criativas, esta família construiu seu negócio. Apesar da importância do tema empreendedorismo criativo, pouco se tem discutido sobre ele na academia. Desta maneira, apresentam-se suas diversas formas, o conflito histórico da origem da palavra, e características de empreendedores de sucesso. São apresentados os tipos de empreendedores e como se dá o empreendedorismo criativo nas montanhas do Espírito Santo. Ele também visa identificar a origem das famílias italianas no Espírito Santo, como surgiram as ideias criativas desses empreendedores, quais os meios identificados por eles para transformar as ideias em negócio próspero, assim como a maneira que se deu o turismo rural ou agroturismo na região.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo Criativo. Agronegócio. Venda Nova do Imigrante. Socol.

### 1 Introdução

O mercado atual encontra-se cada vez mais competitivo e, para destacar-se, é necessário apresentar um perfil empreendedor que contenha um diferencial que promova o desenvolvimento econômico e a mudança na forma de gerir. Esse profissional deve inovar continuamente e encontrar soluções que revolucionem o modo tradicional de administrar as decisões que direcionarão seu empreendimento.

O conceito de empreendedorismo é muito subjetivo. Todos parecem conhecer, mas a definição correta do empreendedorismo vai além do que diz o senso comum. Empreender requer mais que sorte. Requer conhecimento e aprofundamento acerca da área que se pretende

<sup>1</sup> Departamento de Ciências Sociais, Jornalismo e Serviços Social (DECSO). Área de Ciências Sociais. Universidade Federal de Ouro Preto. E-mail: talitafernande16@gmail.com

<sup>2</sup> Centro Universitário São Camilo (ES). E-mail: patrickmodolo@hotmail.com

<sup>3</sup> Departamento de Ciências Sociais, Jornalismo e Serviços Social (DECSO). Área de Ciências Sociais. Universidade Federal de Ouro Preto. E-mail: flaviapereirasantos2011@hotmail.com

<sup>4</sup> Departamento de Ciências Sociais, Jornalismo e Serviços Social (DECSO). Área de Ciências Sociais. Universidade Federal de Ouro Preto. E-mail: pamella.magalhaes0@gmail.com

Organizadores:



ANEPEPE  
Associação Nacional de Estudos  
em Empreendedorismo e Gestão  
de Pequenas Empresas

Realizadores:



*Tema 12: Empreendedorismo rural, pequenas propriedades rurais e agricultura familiar*

explorar. Requer maturidade e sabedoria para gerir o negócio e torná-lo sustentável. Mais que isso, de acordo com Ribeiro et al. (2010, p.7),

embora sonhador, o empreendedor é também realista e ao mesmo tempo líder; tendo o sentido para resultados também em longo prazo, portanto ele pensa no futuro; tece rede de relações e conhece muito bem o ramo em que atua. Traduz seus sonhos em ações, estando sempre ativo define o que deve aprender e cria seu próprio método para isso.

O empreendedorismo pode ser considerado força vital de qualquer economia. Seria interessante que as políticas do governo, através de leis e incentivos a sustentabilidade, favorecessem os empreendedores existentes no mercado e incentivassem o surgimento de novos empreendedores. Recompensar aqueles que possuem energia e entusiasmo para iniciar um negócio e mantê-los ativos e em constante crescimento, é tomar medidas que propiciam a geração de empregos e proporcionam inovações e evolução ao país.

É importante lembrar que, embora o Governo Federal transmita a imagem de que está criando novos empregos, ele não pode fazê-lo. Cabe ao Estado criar, fiscalizar e incentivar leis que favoreçam o surgimento de novos empreendimentos e sua consequente sobrevivência no mercado. Compete, também, ao Governo atrair empreendedores do mercado informal para o mercado formal com o objetivo de criar novos empregos e lucros, tanto para empreendedores quanto para o país em forma de impostos e avanço tecnológico. Para isso, deve diminuir impostos e flexibilizar a burocracia dos processos, além de oferecer certas garantias para esses empresários. É através de novas empresas que há aumento de competitividade e, conseqüentemente, surgem inovações em vários segmentos.

O empreendedorismo é quase unanimemente visto como benéfico para a vida econômica e social de países e pode ser considerado como uma porta de entrada para desenvolver o país. No Brasil, as diferentes taxas de empreendedorismo variam de acordo com a região e afetam o desempenho econômico de todo país. O empreendedor é um dos grandes responsáveis pelo desenvolvimento social e crescimento econômico do país. É ele quem inova e dinamiza a economia, tornando-a mais forte.

Deve-se lembrar, também, que o conceito de empreendedorismo implica na ideia de sustentabilidade e trata não só de indivíduos, mas das comunidades, cidades, regiões, países. Não há dúvida de que o Brasil depende muito de sua população empreendedora e que existe grande necessidade do governo dar mais suporte para que essas empresas cresçam com consistências e ofereçam mais oportunidades de trabalho à população. Desta forma, pessoas que transmitem conhecimentos, empresas que oferecem oportunidades de empregos e capacitam seus funcionários, organizações que trabalham com gestão, liderança, sustentabilidade, arte e cultura, educação, inovação, processos, tecnologia, entre outros, podem ser consideradas empreendedoras e responsáveis pelo desenvolvimento do País.

As mudanças sociais presentes na contemporaneidade resultam na necessidade de pessoas dinâmicas e ágeis para a implementação de novas atividades, o que traz uma visão sobre o empreendedorismo como sendo um fenômeno econômico-cultural – influenciado diretamente por aspectos demográficos, psicológicos e sociológicos – com implicações diretas no surgimento de novas oportunidades de negócios (VERHEUL et al, 2001).

## *Tema 12: Empreendedorismo rural, pequenas propriedades rurais e agricultura familiar*

Deve-se levar em consideração, o fato de existirem diferentes tipos de empreendedores, como o empreendedor nato, o que aprende a empreender, o serial, o corporativo, o empreendedor social, aquele que empreende por necessidade, o herdeiro e o normal. Todos esses tipos de empreendedores serão discutidos no decorrer do artigo e demonstram que a alma do empreendedorismo também é composta por uma generosa dose de criatividade.

Este trabalho propõe-se a analisar o empreendedorismo criativo nas montanhas do Espírito Santo, que se constitui em sua maioria, por empresas familiares, mantidas e aprimoradas por novas gerações no decorrer dos anos e através de uma pesquisa exploratória, avaliar o micro negócio da família Lourenção como uma iniciativa de empreendedorismo criativo existente na região de Venda Nova do Imigrante, ES, para servir de exemplo e inspiração para outros empreendedores que desejam abrir seu próprio negócio.

A importância desta pesquisa se justifica pelo fato de buscar demonstrar que existem iniciativas e organizações que se diferem das fundamentalmente capitalistas, pois são construídas sob os pilares: empreendedorismo criativo e desenvolvimento sustentável. Como exemplo, a família Lourenção, na cidade de Venda Nova do Imigrante, ES, que gera renda para si própria e para a região sem causar impactos naturais, influenciando positivamente no turismo e na economia da cidade.

## **2 Referencial Teórico**

### **2.1 Empreendedorismo: Definição**

Dornelas (2005) discute que o termo empreendedor foi utilizado na Idade Média para definir quem gerenciava grandes projetos de produção, se tratava do gerenciamento de recursos do governo sem assumir grandes riscos. Para ele, os primeiros indícios do empreendedorismo como atividade que envolve riscos, surgiram a partir do século XVII. Fihlion (1999a) sustenta a ideia de que o verbo *entreprendre* surgiu na antiga França do século XII para denominar aquele que incentivava brigas, não contendo conotação econômica. Filion (1999b) afirma que o não consenso da origem temporal da palavra deve ser atribuído ao fato de que grande parte das pesquisas em empreendedorismo são executadas por pesquisadores de diferentes áreas de pesquisa, desta forma, utilizam pressupostos de seus respectivos campos de estudo (Hart, Stevenson e Dial, 1995).

Atualmente, três correntes sobre empreendedorismo prevalecem. A primeira delas é econômica e associa o empreendedor à inovação, com destaque a Richard Cantillon (1680-1734) e Jean-Baptiste Say (1767-1832) e, em seguida, Joseph A. Schumpeter (1883-1950). A segunda corrente é dotada de características comportamentalistas, tendo como principal figura, David C. McClelland (1917-1998), que evidencia a criatividade e a intuição. A terceira corrente é fundamentada em um paradigma construtivista, que busca entender o ato de empreender através das relações de interação que o indivíduo constrói com o ambiente (BRUYAT; JULIEN, 2000).

Dornelas (2005) discute que o movimento do empreendedorismo no Brasil começou na década de 1990 quando foram iniciadas as entidades Serviço Brasileiro de Apoio às Micro

*Tema 12: Empreendedorismo rural, pequenas propriedades rurais e agricultura familiar*

e Pequenas Empresas (Sebrae) e Sociedade Brasileira para Exportação de *Software* (Softex). A criatividade e inovação sempre estiveram presentes nos movimentos do empreendedorismo e suas diferentes abordagens resultando na figura de um indivíduo imerso em um ambiente em constante mudança. Desta forma, considera-se o empreendedorismo um movimento metamórfico provocado pelo empreendedor. Este movimento é representado pelas características: acreditar na viabilidade do empreendimento, identificar as oportunidades nele contidas, agarrá-las e perseguir recursos para concretizá-las. Como sendo uma peça central, ter uma pessoa com criatividade, capaz de fazer sucesso com inovações, versátil e que possui as habilidades técnicas para saber produzir, capitalizar ao reunir recursos financeiros, organizar as operações internas e realizar as vendas de sua empresa.

Relacionando as características do empreendedorismo com os estudos de W. Channel Kim e René Mauborgne, no livro "Estratégias do Oceano Azul", é passível a observação do caráter estratégico de sucesso das empresas, que se relacionam diretamente com o espírito empreendedor, pois, os autores defendem um "oceano azul" como um mercado ainda não explorado, com ausência de fatores concorrenciais em contraposição ao "oceano vermelho", onde as empresas lutam por liderança em mercados já explorados. Pode-se entender então, que ao explorar um mercado sem fatores concorrenciais, obtem-se inovação, fator presente nas definições de empreendedorismo. Portanto, o empreendedorismo também é relacionado a estratégia.

De acordo com o Sebrae (2013), o conceito de empreendedorismo vem sofrendo constantes inovações. Ainda relacionado a práticas proativas e inovadoras, gradativamente abandona-se uma visão reducionista do empreendedorismo associado exclusivamente ao exercício de uma atividade econômica, passando sua associação a qualquer atividade humana – como, aliás, é observado em todas as áreas do saber, que, paulatinamente, fazem do ser humano sua razão e seu fim. Os empreendedores são encontrados, agora, em casa, na comunidade, dentro de uma organização ou no meio de uma assembleia sindical, ou seja, em qualquer lugar onde existam pessoas.

Empreendedorismo designa os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação. Empreendedor é o termo utilizado para qualificar, ou especificar, principalmente, aquele indivíduo que detém uma forma especial, inovadora, de se dedicar às atividades de organização, administração, execução; principalmente na geração de riquezas, na transformação de conhecimentos e bens em novos produtos – mercadorias ou serviços. [...] É o profissional inovador que modifica, com sua forma de agir, qualquer área do conhecimento humano. Também é utilizado – no cenário econômico – para designar o fundador de uma empresa ou entidade, aquele que construiu tudo a duras custas, criando o que ainda não existia (SEBRAE, 2013).

Um empreendedor, de acordo com Schumpeter (*apud* SANTOS, 2010, p. 28), “revolucionaria incessantemente a estrutura econômica de dentro para fora, destruindo ininterruptamente o antigo e criando, continuamente, elementos novos”.

Alguns autores veem os empreendedores como rebeldes e criativos. Tal título se deve ao fato de atuarem de forma singular, criando novas atividades que estimulam a economia e geram riquezas e empregos em uma nação. Empreendedores não são apenas aqueles que fundam empresas, mas também aqueles que gerenciam, de forma criativa, algo já estabelecido

*Tema 12: Empreendedorismo rural, pequenas propriedades rurais e agricultura familiar*

ou fundado, podendo ser tanto proprietários de negócios já existentes ou gestores de futuras gerações, conforme defendido por Chiavenato (2009).

Uma das definições mais comuns é dada pelo estudioso de empreendedorismo, Hisrich et al. (2009) em seu livro “Empreendedorismo”. De acordo com o autor, empreender é o método de dar valor a uma criação, havendo dedicação necessária de tempo e esforço, assumindo riscos financeiros, psicológicos e sociais de forma a garantir, como retorno, recompensas pessoais e econômicas satisfatórias.

Segundo Leite (2000), nas qualidades pessoais de um empreendedor, entre muitas, destacam-se: iniciativa, visão, coragem, firmeza, decisão, atitude de respeito humano, capacidade de organização e direção.

Contudo, uma definição de empreendedor mais condizente com a atualidade é de Dornelas (2001, p. 37), que está baseada nas diversas definições vistas até então, e diz que “o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”.

Em situações de crise, a presença do empreendedorismo ganha contornos ainda mais fortes, já que a adversidade lhe é um ambiente ainda mais propício de aparição. O cenário global atual aponta, portanto, não só para alternativas econômicas inovadoras, mas, principalmente, para estratégias de promoção do desenvolvimento que estimulem e, de certa forma, dependam do empreendedorismo. Assim, realiza uma abordagem que parte do local para o global e reforça o planejamento produtivo pela própria comunidade, com aproveitamento das vocações e potenciais locais (DORNELAS, 2001).

Empreendedorismo é um tema bastante comentado entre acadêmicos de Administração, Economia e de outras ciências. Não custa muito encontrar dezenas de conceitos sobre o assunto em livros ou em *sites* da Internet. Em muitos desses conceitos é comum encontrar as ideias de Schumpeter embutidas em frases longas como se buscassem dizer de outra forma o que o grande mestre antecipara (DORNELAS, 2001).

Birley e Muzyka (2001), afirmam que:

Os empreendedores parecem ser orientados para realizações, gostam de assumir as responsabilidades por suas decisões e (...) os empreendedores criativos possuem altos níveis de energia e altos graus de perseverança e imaginação que, combinados com a disposição para correr riscos moderados e calculados, os capacitam a transformar o que frequentemente começa como uma ideia muito simples e mal definida em algo concreto (p. 4).

Portanto, não basta apenas predisposição para obter sucesso em um empreendimento. Para Degan (1989, p. 20) é por meio da criatividade que o empreendedor começa a "associar as observações dos mais diversos tipos e formas de empreendimentos". A criatividade vai fazer com que ele faça adaptações, ou seja, adote a fórmula de sucesso de um tipo de negócio em outro negócio. São essas associações que podem transformar uma simples oportunidade em um grande sucesso empresarial.

## 2.2 O Empreendedorismo Criativo

Para facilitar o entendimento do empreendedorismo criativo e contextualizar o trabalho é importante, também, a definição de criatividade. De acordo com os dicionários



*Tema 12: Empreendedorismo rural, pequenas propriedades rurais e agricultura familiar*

Michaelis e Priberam, criatividade é sinônimo de capacidade de criar, de inventar. Priberam completa, ainda, afirmando que criatividade é a qualidade de quem tem ideias originais.

DiMaggio (1982) e Bilton (2007), ao se referirem à atividade empreendedora interligada às organizações que atuam nas indústrias criativas, utilizam o termo *entrepreneurship*. Bilton (2007) trata três características básicas a empreendimentos de natureza criativa: *self-management*; *rethinking the value chain* e *motives and values*. A partir dos conceitos acima, um empreendimento cultural é formado por uma rede de pequenas organizações ou empreendedores individuais de maneira a criar um estilo gerencial empreendedor em que atividades gerenciais e operacionais se sobrepõem, constituindo uma estrutura organizacional mais flexível e com costumes menos arraigados, se comparada às organizações tradicionais.

Keller (2006, p. 8) incorpora ao ambiente organizacional os conceitos de empreendedorismo e indústrias criativas ao trazer uma definição do que pode ser chamado empreendedorismo criativo, afirmando que “*Creative Entrepreneurship has become a term that refers to the activity of entrepreneurs within Creative Industries businesses*”.

Esta visão afirma a ideia de que a criatividade é um elemento fundamental para a atividade empreendedora. Além disso, corrobora para que a dupla: indivíduo e criação de novos valores (CNV) seja considerada inseparável (BRUYAT; JULIEN, 2000). Ainda segundo Bruyat e Julien (2000), “o empreendedor é o indivíduo responsável pelo processo de criação de novos valores sem o qual a CNV não poderia acontecer” (p. 169).

Segundo Zardo e Korman (2005), os sujeitos das atividades empreendedoras envolvem-se emocionalmente com o projeto e sentem necessidade de expressar de suas paixões como estímulo e força motriz de seus empreendimentos.

### 2.3 Os tipos de empreendedores

Dornelas (2001) apresenta oito tipos de empreendedores. Segundo ele, os empreendedores natos, ou mitológicos possuem histórias brilhantes, começaram do nada e conquistaram grandes fortunas. Possuem como referência os valores familiares e religiosos. Começaram a trabalhar ainda jovens e com o tempo obtiveram habilidade de negociação e vendas. Dentre suas características estão o otimismo, a visão de situações que podem acontecer no futuro e o comprometimento para a realização de seus sonhos, além disso, estão sempre à frente de seu tempo. O empreendedor que aprende, ou o inesperado, é um tipo bem comum. Normalmente é aquela pessoa que se depara com uma oportunidade de negócio e decide mudar sua atividade habitual para dedicar-se ao próprio negócio. Este é o tipo de pessoa que nunca pensou em ser empreendedora. Normalmente demora a tomar a decisão de mudar de carreira e se adaptar a ideia de que terá que correr riscos e aprender a lidar com novas situações.

Outro tipo de empreendedor é o serial. Este gosta não somente das empresas que cria, mas também do ato de empreender. É uma pessoa dinâmica, participativa, que gosta de desafios e da adrenalina na criação de algo novo. Possui habilidade para montar, liderar e motivar equipes, além de acreditar nas oportunidades, captar recursos para iniciar o negócio e colocá-lo em funcionamento. Envolve-se em diversos negócios ao mesmo tempo e aqueles que fracassam servem de estímulo para a superação de outros desafios. O empreendedor

*Tema 12: Empreendedorismo rural, pequenas propriedades rurais e agricultura familiar*

corporativo, é assim denominado devido à necessidade de renovação, inovação e criação de novos negócios, nas grandes organizações. Normalmente possui conhecimentos de ferramentas administrativas e capacidade gerencial. Seu grande desafio é a falta de autonomia, uma vez que não possuem o caminho totalmente livre para agirem como querem. Possuem *networking* dentro e fora da organização, além de estratégias avançadas de negociação. Estes adoram metas ousadas, mas podem ter problemas no início, para criar seu próprio negócio, ao perderem o acesso ao mundo corporativo.

O empreendedor social envolve-se em causas humanitárias e tem como missão construir um mundo melhor para as pessoas. A maior diferença entre este e os demais tipos de empreendedores é que este se realiza ao ver seus projetos trazerem resultados para os outros e não para si próprios. Possui importante papel social e não objetiva ganhar dinheiro, pois prefere compartilhar seus recursos e contribuir com os demais. Existe também o empreendedor por necessidade. Ele cria seu próprio negócio porque não tem acesso ao mercado de trabalho e a alternativas. Não tem acesso a recursos, educação ou condições para empreender de maneira estruturada. Normalmente se desenvolve em negócios informais e obtém pouco retorno financeiro. Este tipo de empreendedor é considerado um problema para os países em desenvolvimento, pois não contribui para o desenvolvimento econômico.

O empreendedor herdeiro é aquele que desde cedo está incumbido de perpetuar os negócios da família. Existe uma variação do perfil destes empreendedores. Enquanto uns desejam inovar e mudar algumas regras, outros preferem “não mexer em time que está ganhando”. Entretanto, os próprios herdeiros têm buscado apoio externo, como em cursos de especialização, MBA e diversos programas voltados para empresas familiares. O último tipo de empreendedor explicitado por Dornelas (2001) é, segundo a definição de empreendedor, o tipo mais completo deles, o normal ou planejado. Ele busca minimizar riscos, preocupa-se e organiza os próximos passos do negócio, tem visão de futuro e trabalha para cumprir suas metas.

#### **2.4 A Origem das Famílias Italianas na Região de Venda Nova do Imigrante**

As famílias italianas que colonizaram o Espírito Santo, especialmente a região sul capixaba – o que inclui Venda Nova do Imigrante –, chegaram ao estado no fim do século XIX, em navios, pelo litoral de onde hoje é a cidade de Anchieta, e seguiram com a ocupação do território onde atualmente localiza-se o município de Alfredo Chaves. Outras famílias seguiram para os municípios mais no interior do estado e firmaram morada, no início do século XX.

Os imigrantes vindos do norte da Itália em busca de vida melhor no Brasil, fugindo da miséria com a qual conviviam no país europeu, encontraram no Espírito Santo terras, em sua maioria, cobertas por mata fechada e iniciaram a colonização.

A culinária é um dos traços marcantes que permanecem no cotidiano dos descendentes daqueles italianos que atravessaram o Oceano Atlântico em busca de dias melhores. As principais atividades desenvolvidas pelos italianos eram a agricultura, a cafeicultura e a criação de animais, fontes de renda e de sustento. “O que era produzido servia também como moeda de troca por outros produtos entre as famílias”, afirma Cacilda Lourenção, dona de um próspero negócio no ramo de agroturismo em Venda Nova do Imigrante.

## *Tema 12: Empreendedorismo rural, pequenas propriedades rurais e agricultura familiar*

Os italianos trouxeram para o Brasil sua cultura, seu jeito de ser, mantido até os dias atuais nas comunidades formadas por descendentes de colonizadores vindos do país ao sudoeste do continente europeu.

A cidade de Venda Nova do Imigrante, localizada na região serrana do Estado do Espírito Santo, é referência em todo o país como o berço do agroturismo, modalidade de turismo rural que associa a vivência do cotidiano agrícola ao lazer, à visitação e à valorização das atividades e do meio essencialmente rural. Além disso, destaca-se pelo traço marcante de empreendedorismo criativo e desenvolvimento sustentável. Receitas herdadas dos ascendentes europeus foram amplamente utilizadas para melhor aproveitamento de tudo o que essas famílias produziam no Brasil.

Mais de um século após a imigração, os produtos culinários desenvolvidos pelos imigrantes continuam assumindo lugar de destaque na mesa das famílias, na cultura e na economia da cidade de Venda Nova do Imigrante. Entretanto, deixaram de ser itens de subsistência de famílias inteiras – ou seja, para consumo próprio e para troca e garantia de produtos que a família não dispunha – para virar peça principal de negócios promissores.

### **2.5 O Turismo Rural (ou Agroturismo)**

Hoje em dia, o turismo é um dos setores de atividade de maior crescimento e que se tornou num grande componente da estrutura econômica. O Turismo é uma atividade que consiste na deslocação voluntária das pessoas, da sua área de residência, no período inferior a um ano, podendo ser esta deslocação por motivos de férias ou qualquer outra razão, não havendo vínculo trabalhista nem obtenção direta de lucro.

Há uma grande dificuldade em encontrar definições exatas de turismo rural e agroturismo, sendo que em grande parte delas, ambos se misturam ou são tratados da mesma forma. Bricalli (2005, p. 41), por exemplo, afirma que “todos os empreendimentos que proporcionem lazer, recreação, descanso ou qualquer outra atividade ligada ao turismo, desde que estejam localizados em áreas rurais, podem ser classificados como turismo no espaço rural”, de modo que o turismo no espaço/meio rural abrange diversas modalidades turísticas. Já os professores Vera Perin e Fábio Hosken, do curso Agroturismo – Um Novo Conceito de Negócio, elaborado pelo CPT – Centro de Produções Técnicas, definem agroturismo como “um conjunto de atividades turísticas, desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade”.

O turismo no espaço rural é o conjunto de atividades, serviços de alojamento e animação a turistas, em empreendimentos de natureza familiar, realizados e prestados mediante remuneração, em zonas rurais. É praticada por familiares determinados a partilhar o seu modo de vida com os habitantes do meio urbano. Segundo Campanhola; Silva (2000, p. 147), o turismo no meio rural consiste em atividades de lazer realizadas no meio rural e abrange várias modalidades definidas com base em seus elementos de oferta: turismo rural, turismo ecológico ou ecoturismo, turismo de aventura, turismo cultural, turismo de negócios, turismo jovem, turismo social, turismo de saúde e turismo esportivo.

Com efeito, o turismo no espaço rural se associa aos agricultores familiares de maneira inovadora, valorizando e preservando o patrimônio rural. O produtor rural passa a ser um



*Tema 12: Empreendedorismo rural, pequenas propriedades rurais e agricultura familiar*

empreendedor e prestador de serviços turísticos, trabalhando diretamente na conservação do patrimônio ambiental e cultural de sua região. A relevância da atividade do turismo rural em áreas onde há a predominância da agricultura familiar pode ser constatada, na medida em que essa associação reverte em novas oportunidades de trabalho e renda, pois, nesses casos, a economia local é ativada através da diversificação de novas formas de trabalho no campo. Ao apresentar os modos tradicionais e artesanais da agricultura familiar como produto turístico, o turismo rural amplia suas possibilidades, consolidando o modo de vida rural como um atrativo aos moradores das metrópoles.

As vantagens de se investir no agro turismo são excessivamente variadas e muito vantajosas. As atividades econômicas sejam elas quais forem, exigem um trabalho constante na obtenção da qualidade dos serviços e dos produtos de forma a garantir sua permanência em um mercado cada vez mais competitivo e exigente. No agro turismo, o relacionamento do turista é muito pessoal: ele não é uma ficha de cadastro nem mais um número, é uma pessoa especial, um amigo da família que o recebe.

Alguns municípios do Brasil estão desenvolvendo diversos empreendimentos socioculturais, a partir da prática do turismo rural em áreas onde estão estabelecidas propriedades de agricultura familiar. De fato, a associação entre o turismo e o modo de vida das famílias rurais está demonstrando que essa é uma estratégia altamente promissora para o desenvolvimento local. Estão sendo criados múltiplos eventos com circuitos e rotas turísticas adequadas às tradições culturais e às condições naturais das regiões. Várias modalidades do turismo, como o turismo alternativo, turismo ecológico, entre outros, estão atraindo os moradores da cidade rumo ao campo.

Tradições gastronômicas e culturais que poderiam cair no esquecimento são resgatadas e valorizadas. Pode-se comprovar que nessas regiões, o turismo tradicional de massa está dando lugar a essa nova forma de turismo, mais pessoal e acolhedor. O turista convive e se relaciona diretamente com as rotinas diárias das famílias rurais, aprendendo na prática, suas tradições, hábitos e costumes. Consequentemente, há o resgate da autoestima do homem do campo, pois a valorização da identidade cultural rural é incentivada pela presença dos turistas urbanos, estimulando a produção e o desenvolvimento local.

Com efeito, as atividades rurais estão desenvolvendo a mentalidade do empreendedorismo rural, provocando clara mudança no modo de encarar a pluriatividade no campo, pois se as atividades não-agrícolas não eram consideradas como fatores relevantes para o aumento da geração de renda e do nível de emprego no campo, hoje proporcionam mais uma opção de lazer e são consideradas fontes de renda do país.

Esse novo momento no meio rural brasileiro faz com que a pluriatividade seja uma estratégia altamente positiva para a manutenção das famílias rurais no campo, de maneira digna e sustentável. Um dos reflexos possíveis é a diminuição do fluxo migratório da população do campo rumo à cidade, através do aproveitamento da força de trabalho rural em atividades com maior nível de remuneração. Além disso, o incremento do turismo rural nas unidades de agricultura familiar promove a manutenção e a reprodução socioeconômica das formas tradicionais de produção familiar nessas regiões.

Até o presente momento, essas mudanças têm demandado um esforço por parte dos estudiosos no sentido de buscar explicações teóricas para esses novos processos, que se materializam, entre outros aspectos, na dimensão interna, tanto pelo

## *Tema 12: Empreendedorismo rural, pequenas propriedades rurais e agricultura familiar*

redirecionamento dos fluxos migratórios para as cidades médias em detrimento dos grandes centros urbanos, como pelos deslocamentos de curta duração e a distâncias menores, quanto pelos movimentos pendulares, que passaram a assumir maior relevância nas estratégias de sobrevivência dos indivíduos, não mais restritos aos grandes aglomerados urbanos. (IBGE, 2014)

As propriedades familiares passaram a ser encaradas como sistemas produtivos e orgânicos onde são agregadas as novas atividades, necessariamente, interligadas e integradas numa proposta concreta de sustentabilidade local, trazendo benefícios reais à geração de emprego e renda no campo. Assim, várias iniciativas do poder público têm apoiado atividades voltadas para o desenvolvimento local. Prefeituras e diversas instituições estão se associando aos sindicatos de trabalhadores rurais criando cooperativas que procuram atender as necessidades das famílias rurais.

### **3 Metodologia**

A pesquisa de campo será desenvolvida sob os critérios metodológicos de pesquisa do tipo qualitativa. Portanto, existe uma relação entre o ambiente e o sujeito estudado que precisa ser analisado de forma indutiva. Além disso, sob a análise do objetivo a pesquisa será conclusiva exploratória, uma vez que, se busca avaliar a iniciativa da família Lourenção como um ato empreendedor criativo existente na região de Venda Nova do Imigrante (ES). Logo, o estudo envolve um levantamento bibliográfico e estudo de caso através de um questionário utilizado para a entrevista com pessoas envolvidas com o tema.

Este artigo apresenta um estudo de caso junto ao agronegócio da família Lourenção, em Venda Nova do Imigrante, ES, cujos públicos abrangidos serão os gestores do negócio, o casal Lourenção (Cacilda e Máximo), seu filho e nora (Edne José e Rita de Cássia Bernardete). As respostas foram obtidas através de um questionário semiestruturado, utilizado para a entrevista pessoal, abordando questões qualitativas descritivas sobre o começo do negócio. Por exemplo, como Cacilda aprendeu a fazer o socol e quais as mudanças das receitas originais.

O trabalho é constituído, também, de pesquisa bibliográfica exploratória abordando assuntos referentes ao empreendedorismo criativo. A pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído, principalmente, de livros e artigos científicos, cuja principal vantagem reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos mais ampla do que aquela que poderia pesquisar indiretamente.

Quanto à natureza, a pesquisa é aplicada, já que objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática dirigida à solução de problemas específicos. Envolve verdades e interesses locais. A forma de abordagem do problema é qualitativa.

A partir dos resultados, foram encontradas respostas que demonstram de onde vem e como surgiu o espírito empreendedor criativo e inovador da família Lourenção, além das mudanças que trouxeram à família e impactaram na cidade de Venda Nova do Imigrante.

### **4 Caso Estudado**

#### **4.1 A Família Lourenção e o Socol**

*Tema 12: Empreendedorismo rural, pequenas propriedades rurais e agricultura familiar*

O casal Cacilda e Máximo Lourenção faz parte de uma das famílias pioneiras no agroturismo do município de Venda Nova do Imigrante. Segundo depoimento do próprio Máximo, eles vieram para a região devido a falsa promessa de receber terras no local. No entanto, segundo ele, tiveram de trabalhar em condições precárias em propriedades vinculadas à cultura do café.

Segundo Máximo, levou muito tempo até seu avô conseguir adquirir a propriedade e muito mais tempo até atingirem uma condição de vida um pouco melhor. A partir de 1990 a fazenda Lourenção começou a ganhar vida. A visão da oportunidade de explorar pioneiramente o agroturismo e a criatividade para mantê-lo atrativo concedeu destaque e competitividade à Família Lourenção.

Cacilda aprendeu a receita com os avós, que vieram da Itália. Ela diz que era hábito das famílias de descendência italiana fazer o socol, que possui como nome original, *ossocolo*. A iguaria era uma forma de conservar a carne. Após algum tempo e devido as diferenças de pronúncia, o *ossocolo* passou a se chamar socol.

Inicialmente, a família produzia o socol somente para consumo próprio. “Usávamos a iguaria como tira-gosto, em encontros com os amigos, que começaram a divulgar o produto. Então, passamos a receber encomendas. Percebemos que era um produto com ótima aceitação no mercado, e foi quando iniciamos a produção para venda. Depois que ficou conhecido por turistas, ele mudou um pouco. Com o intuito de agradar o paladar do consumidor, passamos a usar uma carne menos gordurosa”, diz Cacilda.

A produção deixou de ser apenas para consumo próprio e com o tempo passou a ser em larga escala. Por isso, a matéria prima, a carne suína, precisou ser terceirizada, adquirida do frigorífico Cofril, que possui registro no Ministério da Agricultura e na Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) e selo de garantia de procedência do animal.

Ao chegar na Fazenda Lourenção, o lombo fica cerca de dois dias no sal para perder água. Depois o sal é retirado, o lombo lavado, seco e temperado com alho e pimenta do reino. O modo de preparo e os condimentos do socol ainda são os mesmos utilizados pela avó de Cacilda, porém foram aperfeiçoados ao longo dos anos. “Erramos muito até chegarmos a essa receita e maneira de fazer”, comenta Bernadete Lourenção, nora de Cacilda.

Depois de temperado, "o segredo é saber escolher a membrana que envolverá o lombo. Usamos o peritônio, uma membrana que reveste os órgãos abdominais do porco, mas já experimentamos outros materiais. Esse foi o que deu melhor resultado", conta Cacilda. Então, para dar formato ao produto final, a peça é colocada em uma rede elástica e recebe uma camada de pimenta do reino, que serve, também, como repelente natural.

O lombo leva aproximadamente seis meses para curar. Ao fim desse prazo, ele é lavado e colocado para secar por algumas horas. Aí o socol já pode ser levado à mesa. Deve ser servido em fatias bem finas, para realçar o sabor.

O negócio começou tímido, e hoje são produzidas 2.500 peças por mês. “Temos clientes estrangeiros. Gente de diversos países vem à procura do socol”, comenta, orgulhosa, Cacilda Lourenção.

A matriarca da família, afirma ainda que, ao longo desses mais de 20 anos de trabalho na área de agroturismo, vem aprimorando a cada dia não só a receita do socol, mas também a maneira de gerir o negócio. Ela e sua família participam de vários cursos e congressos de

*Tema 12: Empreendedorismo rural, pequenas propriedades rurais e agricultura familiar*

aperfeiçoamento. Por meio dessa busca constante por informação, os Lourenção chegaram a outras receitas que agregam ainda mais valor ao seu empreendimento. Atualmente, além do socol, os consumidores podem apreciar outras 13 iguarias. São pastas de pimenta, berinjela, tomate, damasco, manjeriço, entre outras feitas com produtos cultivados na propriedade da família. Essas receitas são mais provas da inovação dos Lourenção na conquista do consumidor. Receitas que resultam em espaço garantido no mercado e aumentam a longevidade do negócio da família que usou criatividade e ousou no agroturismo de Venda Nova do Imigrante.

**4.2 O O empreendedorismo criativo da família Lourenção.**

A primeira questão abordada foi sobre o começo do negócio. Como Cacilda aprendeu a fazer o socol? A própria respondeu que aprendeu a fazê-lo apenas observando sua avó no preparo, desde nova. Ela afirmou que embora tenha muito tempo, ela ainda lembra exatamente da receita original e faz questão de aplicá-la em todos os produtos.

Também foi questionado sobre mudanças, algo que ela acrescentou ou retirou da receita original que resultou no sucesso do produto. Cacilda afirma que o tempero é exatamente o mesmo utilizado por sua avó. No entanto, ocorreram sim mudanças para melhor agradar os clientes. No mesmo instante, questionou-se quais foram essas mudanças e como ocorreram. A resposta foi que, segundo ela, um cliente e amigo da família, certo dia, resolveu fazer um comentário sobre o produto com a própria Cacilda. Ele elogiou o socol, dizendo que o sabor era maravilhoso, no entanto, afirmou que ele era um pouco gorduroso, “pesado demais”. Foi então que ela se reuniu com a família, e decidiram fazer tentativas com outras partes de carne do porco que seriam menos gordurosas. Tentaram bastante até que, optaram pelo lombo do porco (antes, o socol era feito da carne do pescoço do porco).

Sobre a família acreditar no socol como produto de sucesso desde o início e como foi que o socol atingiu tamanho sucesso e aceitação de público, Cacilda afirma nunca ter imaginado que o socol teria uma proporção tão grande. Nem se quer imaginava que o socol seria comercializado. Ela estava acostumada a produzir o socol só para consumo familiar. Segundo seu relato, tudo começou quando seu filho trazia alguns amigos para casa dela e, escondido, eles comiam o socol. Com o tempo, eles começaram a “roubar” alguns produtos e levar pra casa. Então Cacilda resolveu começar a produzir o socol em pequena escala, somente para amigos e conhecidos. Cacilda afirma que, só depois do início do agroturismo na região, o socol conseguiu chegar ao conhecimento de outras pessoas.

Outra questão abordada foi quanto à industrialização. Por que a família não quis industrializar o negócio? Todo o processo é de responsabilidade e produção familiar ou existe algo que é terceirizado ou industrializado? Dessa vez, quem respondeu foi Bernardete, nora de Cacilda e uma das gestoras do negócio. Ela disse que já receberam diversas propostas para expandirem o negócio e abrirem uma empresa, industrializar os produtos em larga escala. No entanto, eles decidiram manter o negócio familiar, artesanal. Desta forma, segundo ela, é possível manter a qualidade do produto (quanto a tempero, qualidade no manuseio, embalagem e sabor do produto final). Além disso, o grande público chega até a fazenda Lourenção através do agroturismo. Ou seja, ela afirma: “não queremos perder isso, esse fator que tanto encanta nossos clientes e fazem-nos voltarem outras vezes”.

*Tema 12: Empreendedorismo rural, pequenas propriedades rurais e agricultura familiar*

A última pergunta do questionário foi relacionada à importância do socol na vida dos membros da família Lourenção. A família consegue sobreviver exclusivamente dos rendimentos proporcionados pelo socol? Por que investir também na produção de outros produtos (tomate seco, antepastos, cachaça)? Quanto ao Socol, Bernadete diz que hoje ele é a principal fonte de renda da família. É o produto principal, “o carro chefe da casa”. Antes, o socol era tratado como “mais uma comida comum consumida pela família”. Hoje em dia, segundo ela, o socol é o maior tesouro da família. Bernadete diz que o lucro proporcionado pelo socol é muito satisfatório e eles não têm do que reclamar. Sobre a produção de outros produtos, Bernadete revela que optaram por isso devido à existência dos alimentos na propriedade. Como já cultivavam o tomate e a berinjela, por exemplo, e já possuíam um espaço para produção artesanal, observaram uma boa oportunidade de expandir o negócio da família, diversificando os produtos comercializados. De acordo com Bernadete, essa foi outra decisão importante para o aumento do conhecimento da marca da família Lourenção e na obtenção de novos clientes.

Por fim, Bernadete diz que ela e o esposo, principais responsáveis pela administração do negócio atualmente (segundo próprio relato de Cacilda, “eles tocam o negócio enquanto eu fico responsável pelo preparo do socol e dos outros produtos”), buscam constantemente informações, cursos e meios de melhorar, inovar e expandir ainda mais o negócio. Além da terceirização da carne de porco utilizada na produção do socol, que agora é comprada da empresa Cofril (segundo a própria Bernadete, não é viável a criação suína na propriedade devido ao grande trabalho que seria exigido e a grande quantidade de animais que teriam que controlar, alimentar, abater, limpar, etc.). O socol também passou a ser embalado a vácuo, aumentando em três vezes o tempo de validade do produto (de um mês, passou a durar até três meses sem perder a qualidade e o sabor do produto). Segundo Bernadete, o investimento na máquina de embalagem a vácuo foi um investimento importante e tem alto impacto no resultado do produto, proporcionando maior conservação da qualidade e da validade, se comparado à embalagem comum.

Atualmente, o socol passou por um processo de indicação geográfica de produto. O Sebrae realizou um estudo juntamente com o governo da região e o Estado e diagnosticou o socol como produto da tradicional de Venda Nova. Além disso, ele foi baixado como patrimônio da região de Venda Nova do Imigrante (isso significa que o socol, a partir desse momento, só pode ser produzido para comercialização na região de venda nova do imigrante).

## 5 Conclusões

Por meio da presente pesquisa observou-se que o empreendedorismo criativo que ocorre em Venda Nova do Imigrante – a exemplo da família Lourenção, que tem no socol seu principal produto e fonte de renda – tem relação com a cultura do povo que colonizou o município, por seus traços empreendedores notados até mesmo na história de superação dos colonizadores italianos em terras capixabas. Venda Nova do Imigrante possui características que propiciam o desenvolvimento turístico e empreendedor, fator importante que leva empresas desse ramo ao sucesso no município, ou seja, o ambiente é sim um determinante do sucesso ou do fracasso de um negócio. Entretanto, a cultura italiana e a região de Venda Nova não são os únicos fatores preponderantes e determinantes do sucesso em empreendimentos.



*Tema 12: Empreendedorismo rural, pequenas propriedades rurais e agricultura familiar*

O empreendedorismo da família nasceu de forma despreziosa, com a criação do negócio através de um incentivo de conhecidos da família, conforme abordado no questionário feito aos gestores do negócio que, nesse caso, são os próprios membros da família. Ainda assim, nota-se a existência do espírito empreendedor quando se avalia a resposta de Cacilda na rapidez da percepção de um novo mercado e de uma possível aceitação do produto. A matriarca não era uma gestora de negócios antes de decidir comercializar o socol, muito menos teve uma formação ou estudo prévio que impactasse diretamente nessa decisão. Foi a escolha de assumir os riscos e tentar introduzir no mercado um produto ainda desconhecido pela população, acreditando na sua possível aceitação em massa o fator que comprova a existência do empreendedorismo, mesmo que inconsciente, no negócio da família. Sarkar (2009) relata que o empreendedorismo surge da influência do forte desejo de sucesso, ocasionado por um trabalho exaustivo que demanda esforço da equipe. A partir disso, nota-se que Cacilda possui um perfil empreendedor que aprende, pois inesperadamente deparou-se com a oportunidade de investir na fabricação do socol e iniciou sua produção gradativamente.

Ainda em relação à percepção de um novo mercado, é evidenciado o produto socol como uma descoberta de uma "Estratégia do Oceano Azul" por Cacilda, pois trata-se de um mercado nunca antes explorado que traz para a família inovação no empreendimento. Além disso, o espírito empreendedor presente na família, fez com que os mesmos abstivessem da proposta de uma industrialização do socol, derrubando a ideia projetada do "oceano vermelho", negando a existência de um produto conhecido e que possa ser equiparado a outros fabricados pelos concorrentes e assim mantém o modo de fazer o socol familiar e artesanal no mercado do "oceano azul".

Através desse trabalho foi possível perceber, também, o potencial de empreendedorismo existente no desenvolvimento negócio da família Lourenção até os dias atuais. Utilizando uma gestão familiar, o negócio da família passou por algumas mudanças para melhorar a qualidade dos produtos, atingir a satisfação dos clientes e diversificar produtos. Portanto, constata-se a percepção aguçada para notar a possibilidade de expansão no mercado existente e as adequações que eram necessárias até atingir o ponto de satisfação do cliente quanto aos produtos oferecidos. De acordo com o Sebrae (2013), para ser bem sucedido, o empreendedor não deve apenas saber criar seu próprio empreendimento, deve também saber gerir seu negócio para mantê-lo e sustentá-lo em um ciclo de vida prolongado e obter retornos significativos de seus investimentos.

Para alavancar e manter a atividade de agroturismo com a produção do Socol a matriarca e os outros membros da família participaram de cursos de aperfeiçoamento. Não existe uma fórmula de sucesso, para empreender é necessário ter determinação e persistência. Ao decorrer dos anos, houve o acúmulo de experiência e conhecimento que resultou em um produto tradicional com valor para a população de Venda Nova baixado como patrimônio. Os fatores sociológicos como o networking impulsionaram o empreendedorismo criativo familiar, começou com parentes experimentando o Socol, depois com pessoas próximas e após as atividades turísticas na região o produto teve ampla proporção disseminando o alimento pelo sabor e qualidade.

Além do alimento tradicional, a família Lourenção oferece outras 13 iguarias para apreciação dos consumidores como por exemplo as pastas de pimenta e berinjela. Essa

*Tema 12: Empreendedorismo rural, pequenas propriedades rurais e agricultura familiar*

percepção só comprova a capacidade de inovação e prosperidade desse negócio. Eles investiram na embalagem a vácuo para aumentar a sua durabilidade e conservação. Dornelas (2005, p.42) afirma que "o talento empreendedor resulta da percepção, direção, dedicação muito trabalho de pessoas especiais, que fazem acontecer."

Por isso, evidencia-se que o negócio da família Lourenção é um bom caso de empreendedorismo criativo na região de Venda Nova do Imigrante. Esse resultado foi atingido observando que Cacilda, proprietária do negócio, trouxe para a região um produto ainda desconhecido pela população, tanto local, quanto nacional e ainda conseguiu fazer desse produto, o socol, ser aceito pelos consumidores e ter uma boa comercialização durante mais de 20 anos. Além disso, os membros da família, responsáveis pela administração do negócio, tiveram ideias empreendedoras como, por exemplo, nas tentativas de mudança da receita original do socol até atingir um resultado que melhor agradasse os clientes e diversificar a linha de produtos comercializados, de maneira a ampliar a captação de novos clientes.

É importante ressaltar a originalidade do socol, fator inerente ao empreendedorismo criativo, que passou por transformações desde a embalagem até em seus insumos como a carne utilizada e a membrana que envolve o lombo. Prova dessa originalidade é o diagnóstico do produto como tradicional de Venda Nova do Imigrante não podendo ser produzido fora da região.

Concluiu-se também que, para gerir um negócio tão próspero durante tanto tempo, é preciso gestão empreendedora. Modernização, terceirização de serviços e expansão do socol pelo país e pelo mundo são fatores empreendedores que a gestão familiar dos Lourenção aprendeu com a prática e utiliza dia após dia no controle do negócio. Segundo o Sebrae, é preciso administrar: planejar, organizar, dirigir e controlar todas as atividades relacionadas direta e indiretamente ao negócio.

Por fim, o negócio do socol, da família Lourenção é um exemplo de ideia empreendedora que virou realidade e conquista cada dia mais e mais pessoas no mundo inteiro. Através de força de vontade, trabalho de toda a equipe familiar, uma boa gestão familiar, simpatia e a busca constante por melhorias e crescimento do negócio, a família Lourenção consagrou seu principal produto, o socol, não só como um saboroso alimento, mas também como um marco cultural da região de Venda Nova.

## 6 REFERÊNCIAS

BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. **Dominando os desafios do empreendedor**. São Paulo: Marron Books LTDA, 2001.

BRICALLI, Luiz C.. **Estudo das tipologias do Turismo Rural** – Alfredo Chaves (ES). Santa Maria: Facos, 2005.

BRUYAT, Chirstian; JULIEN, Pierre-André. Defining the field of research in entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, v. 16, p. 165-180, 2000.

CHIAVENATO, I. **Dando asas ao espírito empreendedor**. Rio de Janeiro: Saraiva, 2009.

*Tema 12: Empreendedorismo rural, pequenas propriedades rurais e agricultura familiar*

CPT. Centro de Produções Técnicas. **Agroturismo: um novo conceito de negócio.**

Disponível em: <<http://www.cpt.com.br/cursos-turismorural-administracao/artigos/agroturismo-um-novo-conceito-de-negocio>>. Acesso em: 06 jan. 2014.

DEGAN, Ronald. **O empreendedor.** São Paulo: McGraw Hill, 1989.

DORNELAS, Jose C. A. **Empreendedorismo na prática.** Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

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

FILION, L. J. Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas**, v. 39, n. 4, p. 6-20, out./dez. 1999b.

HART, M. M; STEVENSON, H. H; DIAL, J. Entrepreneurship: a definition revisited. In: ANNUAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH CONFERENCE, 15, 1995, Babson College. **Proceedings of 15th Annual Entrepreneurship Research Conference.** Bygrave. Babson Park: Babson College, 1996.

HISRICH, Robert D; PETERS, Michael P; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo.** Tradução Teresa Felix de Souza. 7.ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

**IBGE.** Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/reflexoes\\_deslocamentos/default\\_reflexoes.shtm](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/reflexoes_deslocamentos/default_reflexoes.shtm)>. Acesso em: 12 jul. 2014.

KELLET, S. **Emergent practices in entrepreneurship education for creative.** Research Fellow Creative Industries University of Central Lancashire, Faculty of Arts, Humanities & Social Sciences. 2006-2007.

LEITE, Emanuel F. **O fenômeno do empreendedorismo.** Recife: Bagaço, 2000.

MENEZES, David. **Estratégia de Empresas.** Rio de Janeiro: FGV, 2003.

OLIVEIRA, R. F. **A reestruturação do espaço geográfico de Venda Nova do Imigrante – ES pelo turismo:** ênfase sobre as atividades realizadas no espaço rural. Disponível em: <[http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal12/Geografiasocioeconomica/Geografia\\_turistica/11.pdf](http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal12/Geografiasocioeconomica/Geografia_turistica/11.pdf)>. Acesso em: 10 jul 2014.

*Tema 12: Empreendedorismo rural, pequenas propriedades rurais e agricultura familiar*

**Revista Pequenas Empresas Grandes Negócios.** Disponível em:  
<<http://revistapegn.globo.com/>>. Acesso em: 07 jan. 2014.

RIBEIRO, L. M.; BOAS, A. A. V.; OLIVEIRA, G. J.; MAGALHÃES, M. D.  
Empreendedorismo e inteligência emocional: uma parceria de sucesso. In: CONGRESSO  
NACIONAL DE EXCELENCIA EM GESTÃO, 6, 2010, Rio de Janeiro. **Anais do...** Niterói:  
Universidade Federal Fluminense, 2010.

SANTOS, J. R. **O empreendedorismo na maturidade.** Rio de Janeiro: *E-papers*, 2010.

SARKAR, S. **Empreendedorismo e inovação.** 2.ed. São Paulo: Escolar, 2009.

**SEBRARE.** Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Disponível em:  
<<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em: 07 Jan. 2014.

SILVA, J. G.; VILARINHO, C.; DALE, P. Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e  
limitações no Brasil. In: ALMEIDA, J. A.; FROELICH, J. M.; RIEDL, M. (Org.). **Turismo  
rural e desenvolvimento sustentável.** Campinas: Papirus, 2000.

SIMANTOB, M.; LIPP, R. **Guia valor econômico de Inovação nas Empresas.** São Paulo:  
Globo, 2003.

**STARTA.** Empreendedorismo e Inovação. Disponível em: <<http://portal.starta.com.br/>>.  
Acesso em: 02 jun. 2015.

**TERRA MADRE BRASIL.** Rede Nacional das Comunidades do Alimento. Disponível em:  
<<http://terramadre.slowfoodbrasil.com/socol-embutido-produzido-artesanalmente/>>. Acesso  
em: 27 de junho de 2015.