

**FACULDADES INTEGRADAS DE ARACRUZ
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

ELIZIANE NUNES DO SANTOS BINOW

**MOTIVAÇÕES DOS PRODUTORES RURAIS DO DISTRITO DE JOATUBA DO
MUNICÍPIO DE LARANJA DA TERRA PARA SE MANTEREM NO
EMPREENDEDORISMO RURAL**

**ARACRUZ, ES
2017**

ELIZIANE NUNES DOS SANTOS BINOW

**MOTIVAÇÕES DOS PRODUTORES RURAIS DO DISTRITO DE JOATUBA DO
MUNICÍPIO DE LARANJA DA TERRA PARA SE MANTEREM NO
EMPREENDEDORISMO RURAL**

Monografia apresentada ao Curso de Administração das Faculdades Integradas de Aracruz (FAACZ) como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Ms. Edivan Guidote Ribeiro.

ARACRUZ, ES
2017



CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Autorização: Portaria MEC nº 186 de 06/03/1998

Reconhecimento: Portaria MEC nº 2272 de 30/06/2005

ELIZIANE NUNES DOS SANTOS BINOW

MOTIVAÇÕES DOS PRODUTORES RURAIS DO DISTRITO DE JOATUBA DO MUNICÍPIO DE LARANJA DA TERRA PARA SE MANTEREM NO EMPREENDEDORISMO RURAL

Esta Monografia foi apresentada como trabalho de conclusão do Curso de Administração das Faculdades Integradas de Aracruz, sendo **AVALIADA** pela banca constituída pelos professores mencionados abaixo.

Aracruz 04 de Dezembro de 2017.

BANCA EXAMINADORA:

Professor Robson Moro Aioffi

Professor Jussélio Rodrigues Ribeiro

Dedico este trabalho aos meus maiores
exemplos de força e fé, Otilia e Elinda.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço a DEUS, pelas bênçãos concedidas, pois mesmo com tribulações e dificuldades, conduziu-me pelo caminho correto, me fortalecendo e permitindo mais essa conquista em minha vida.

A meus pais, Elinda e Levi que, sempre me incentivaram a estudar, apesar de todos desafios que enfrentamos juntos nesses 4 anos.

A Michel que, apesar da distância, me apoiou, incentivou e contribuiu diretamente na conclusão desta etapa acadêmica.

A meu orientador, professor Msc. Edivan Guidote Ribeiro que, desde o início acreditou na realização deste estudo e com suas infinitas contribuições, se tornou essencial para esta conquista.

A todos os professores da FAACZ, em particular o professor Msc. Robson Moro Aioffi que, contribuiu para o crescimento deste estudo.

A meus amigos do curso, em especial a Mayhara, Emanuela e Heleny, pelo incentivo e amizade.

A Luana e Regina, por disporem tempo e paciência, colaborando diretamente para realização desta pesquisa.

Em especial a todos que fizeram parte da minha vida pessoal e acadêmica, meu muito obrigada.

“Procure ser uma pessoa de valor, em vez de procurar ser uma pessoa de sucesso. O sucesso é consequência.”

Albert Einstein

RESUMO

O empreendedorismo exerce um papel de grande relevância para o progresso de uma região, incluindo o setor rural. A literatura apresenta que os estudos sobre empreendedorismo estão voltados, essencialmente, para o indivíduo que tem a atitude de empreender; no caso deste estudo são os produtores rurais. Em função disso o objetivo deste estudo foi descrever as motivações dos produtores rurais do distrito de Joatuba do município de Laranja da Terra para se manterem no empreendedorismo rural. A metodologia utilizada no presente estudo foi a pesquisa descritiva quantitativa a partir da visão de 81 produtores rurais. Os dados foram coletados por meio da aplicação de um questionário com fatores baseados na teoria da hierarquia das necessidades humanas de Maslow. Os resultados mostraram que as motivações para o produtor rural se manterem no empreendedorismo rural estão ligadas principalmente: pelo fator “moradia adequada e alimentação”, que pertencem às necessidades fisiológicas; fator “herança para a família”, por se apresentar como uma forma do produtor resguardar sua família de ameaças futuras, sendo uma necessidade de segurança; o “desejo de estar mais perto da família durante o trabalho”, que se caracteriza como necessidade social e, bem evidenciado, ficou a “paixão pela atividade rural”, apresentada como necessidade de autorrealização.

Palavras-chave: Empreendedorismo rural. Motivação. Produtor rural.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – População de Laranja da Terra por domicílio e gênero.....	21
Tabela 2 - População rural de Laranja da Terra.....	22
Tabela 3 - Quantidade de produtores com inscrição estadual em Laranja da Terra .	23
Tabela 4 - Perfil dos respondentes.....	26
Tabela 5 - Perfil da propriedade	27
Tabela 6 – Produção nas propriedades dos entrevistados	28

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CEASA-ES	Centrais de Abastecimento do Espírito Santo
CONAB	Companhia Nacional de Abastecimento
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
INCAPER	Instituto Capixaba De Pesquisa, Assistência Técnica e Extensão Rural
INCRA	Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária
NAC	Núcleo de Atendimento ao Contribuinte
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SENAR	Serviço Nacional de Aprendizagem Rural

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO.....	10
1.2 TEMA	11
1.3 PROBLEMA	11
1.4 OBJETIVOS	11
1.5 JUSTIFICATIVA/RELEVÂNCIA.....	11
1.6 METODOLOGIA.....	12
1.7 ESTRUTURA	12
2 EMPREENDEDORISMO.....	13
2.1 CONCEITUANDO EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDOR.....	13
2.2 EMPREENDEDORISMO RURAL	14
3 MOTIVAÇÃO.....	16
3.1 CONCEITUAÇÃO	16
3.2 TEORIA DA HIERARQUIA DAS NECESSIDADES	16
3.3 TEORIA DE MCCLELLAND	18
3.4 TEORIA DE HERZBERG	19
3.5 A EXPECTATIVA COMO FATOR MOTIVACIONAL	19
4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	21
4.1 MÉTODO.....	21
4.2 LOCAL DE ESTUDO.....	21
4.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA DA PESQUISA.....	22
4.4 VARIÁVEIS PESQUISADAS.....	23
4.5 INSTRUMENTOS DA COLETA DE DADOS.....	24
5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	26
5.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA.....	26
5.2 PERFIL DA PROPRIEDADE.....	27
5.3 MOTIVAÇÕES PARA O EMPREENDEDORISMO RURAL	28
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	33
REFERÊNCIAS.....	34
APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO DE PESQUISA.....	39
APÊNDICE B - GRÁFICOS COMPLEMENTARES DA ANÁLISE	41

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

O setor rural é tido como influente no panorama nacional, sendo abastecedor de uma grande população e importante fonte de emprego, além de ser base para muitas cadeias produtivas, devido à diversidade na agricultura e pecuária (IBGE, 2017). Por outro lado, em todo o país o êxodo rural é intenso e visto como um problema social, devido à ausência de uma “verdadeira” política governamental para esse setor (SILVA, 2009). Tal situação também é observada na região sudeste, pois na pesquisa da Global Entrepreneurship Monitor de 2014 o fator das políticas governamentais foi apresentado como o principal limitante para o empreendedorismo (SEBRAE, acesso em 2017).

Em meio ao cenário desfavorável, os empreendedores rurais do Espírito Santo seguem posicionando o estado como o maior produtor de café conilon no decorrer dos últimos 3 anos, além de atingir a maior produção de café arábica da história, chegando a quase 4 milhões de saca em 2016 (CONAB, 2017). Como exemplo, a produção de café, especificamente do tipo conilon, é uma das principais atividades que movimentam a economia do município de Laranja da Terra, (INCAPER, 2013), embora não seja a única.

Os dados indicam que o produtor rural continua acreditando em seu negócio e Cella (2002) lembra que apesar da atividade agrícola se encontrar submetida às regras de mercado, assim como diversas atividades, a empresa rural também cumpre a função de realização pessoal ou familiar.

Essa realização pessoal/familiar pode ser considerada como um objetivo que motiva o empreendedor rural no dia a dia de suas atividades, caracterizando-se como autorrealização, que é apontada como a mais elevada necessidade humana, conforme é abordado na teoria da hierarquia das necessidades criada por Maslow, citada por Chiavenato (2010). Além da autorrealização, vários outros fatores devem ser considerados como motivadores para que os produtores permaneçam no empreendedorismo rural.

1.2 TEMA

Diante do contexto apresentado definiu-se como tema desta pesquisa: motivações dos produtores rurais do distrito de Joatuba do município de Laranja da Terra para se manterem no empreendedorismo rural.

1.3 PROBLEMA

O problema central investigado nesta pesquisa foi: quais são as motivações dos produtores rurais do distrito de Joatuba do município de Laranja da Terra para se manterem no empreendedorismo rural?

1.4 OBJETIVOS

Tendo em vista o problema de pesquisa, elegeu-se como objetivo geral deste trabalho: descrever as motivações dos produtores rurais do distrito de Joatuba do município de Laranja da Terra para se manterem no empreendedorismo rural.

Para atender ao objetivo geral, foram definidos os seguintes objetivos específicos:

- Caracterizar empreendedorismo e empreendedorismo rural;
- Caracterizar as teorias motivacionais.

1.5 JUSTIFICATIVA/RELEVÂNCIA

Silva (2009) defende que a exclusão do homem do campo representa uma grande perda de cultura, conhecimentos e costumes que por séculos se acumularam. Daí vem a relevância deste trabalho que busca contribuir, de forma acadêmica para o registro desse tipo de conhecimento, além de, simultaneamente, colaborar com o desenvolvimento de pesquisas futuras que fortaleçam o setor rural, já que Sarmento et al. (2015) considera que o êxodo rural continua constante no Brasil e Tomei e Lima (2015) afirmam que mesmo sendo caracterizado como uma temática relevante, o setor rural ainda é carecido de trabalhos e pesquisas.

Como esta pesquisa acompanha a ideia de ênfase nos estudos relativos ao campo, mais especificamente ao produtor rural, os resultados poderão subsidiar o desenvolvimento de políticas realizadas por parte do governo, como, por exemplo, o

programa “Empreendedor rural”, que consiste em uma iniciativa do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR), tendo a gestão da propriedade como um dos seus temas abordados.

Com a melhor compreensão das motivações dos produtores para permanecer no campo, o trabalho poderá contribuir para iniciativas voltadas ao bem-estar desses agentes, principalmente por parte do governo municipal onde será aplicada a pesquisa, contribuindo socialmente para a melhoria da qualidade de vida do homem do campo.

1.6 METODOLOGIA

A pesquisa foi de caráter descritivo quantitativo, sendo que o instrumento aplicado para a coleta de dados, elaborado a partir da abordagem teórica de motivação da hierarquia das necessidades humanas de Maslow, consistiu de um questionário estruturado aplicado aos empreendedores rurais do distrito de Joatuba, pertencente ao município de Laranja da Terra/ES.

1.7 ESTRUTURA

O presente trabalho está estruturado em cinco capítulos, iniciando com a introdução, seguido de um referencial teórico sobre empreendedorismo e o terceiro sobre as teorias de motivações. O quarto capítulo foi sobre os procedimentos metodológicos, o quinto apresenta a análise dos dados e discussão dos resultados e finalmente seguem as considerações finais e referências.

2 EMPREENDEDORISMO

2.1 CONCEITUANDO EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDOR

De acordo com Dolabela (1999), o empreendedorismo surgiu da tradução da palavra *entrepreneurship*, que consiste em um termo já usado para representar estudos referentes ao empreendedor. Com base nesse conceito, fica explícito que o empreendedorismo está mais voltado para a pessoa que toma a iniciativa de empreender, do que ao tipo de negócio estritamente (VIEIRA et al.,2013).

Nesse sentido, Vieira et al. (2013), confirma que a real intenção de estudo dos pesquisadores é o comportamento do empreendedor, por conta da variedade de características percebidas nos mesmos e assim esse vasto conteúdo abriu espaço para muitos conceitos conduzidos por múltiplas abordagens, como pode-se verificar no Quadro 1.

Quadro 1 - Características dos empreendedores

AUTOR	CARACTERÍSTICAS
Sutton (1954)	Desejo de responsabilidade.
Davids (1963)	Independência; Ambição; Autoconfiança; Responsabilidade.
Pickle (1964)	Afeição por relações humanas; Conhecimento técnico; Facilidade para comunicação; Impulso intelectual.
Palmer (1971)	Mensuração de risco.
Hornaday&Aboud (1971)	Necessidade de realização; Autonomia; Agressividade; Poder; Reconhecimento; Inovação; Independência.
Winter (1973)	Necessidade de poder.
Liles (1974)	Necessidade de realização.
Gasse (1977)	Valores pessoais como orientação.
Timmons (1978)	Criatividade; Inovação; Autoconfiança; Orientação para objetivos; Predisposição a riscos moderados; Controle interno.
Welsh& White (1981)	Necessidade de controle; Propensão a assumir responsabilidades; Autoconfiança; Interesse por desafios; Predisposição a riscos moderados.
Dunkelberg& Cooper (1982)	Independência; Crescimento.

Fonte: Adaptado de Carland et al.(1984)

Chiavenato (2005), afirma que a palavra empreendedor (*entrepreneur*) é de origem francesa, que significa aquele que assume riscos e inicia algo novo. Segundo Kirzner (1973), citado por Dornelas (2001), o empreendedor é quem alcança uma posição clara e positiva através de um equilíbrio em meio à turbulência e caos, ou seja, enxerga oportunidades. Neste sentido Dornelas (2001, p.37), é mais direto ao afirmar

que “[...] empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados [...]”.

Para ampliar um pouco mais o entendimento sobre empreendedor e empreendedorismo, vale lembrar que Alves (2016) descreve a existência de duas escolas de pensamento que se destacam:

- a) A econômica que se segmenta em duas partes, sendo a teoria clássica, com Smith (1985), Mill (1986) e Say (2002) afirmando que os empreendedores são pessoas responsáveis em produzir da melhor forma, resultando num produto lucrativo, e a teoria neoclássica, onde os fundamentares Marshal (1982) e Schumpeter (1985) argumentam que o empreendedor é um indivíduo propício a inovação e mudanças drásticas, além da tendência a assumir riscos para concretizar seu negócio e
- b) A comportamental, defendida por McClelland (1961) que ressalta a motivação como um fator fundamental para ser reconhecido como um bom empreendedor, estando assim ligado fortemente a características psicológicas.

2.2 EMPREENDEDORISMO RURAL

De acordo com Gaffuri et al. (2005), o espírito empreendedor não está somente direcionado às empresas, mas também se encontra no setor rural, uma vez que os produtores rurais passam a ter acesso às ferramentas adequadas, assim basta utilizá-las da melhor maneira, estando disponível a mudanças.

O empreendedorismo tem sido apontado como a resposta para dificuldades financeiras e para progresso de uma região, inclusive no campo (SCHNEIDER, 2008). Logo, torna-se perceptível, com maior frequência, agricultores transformando-se em empreendedores rurais.

Para Sepúlveda et al. (2003), citado por Tomei e Lima (2015), em relação ao empreendedor rural, a inovação e competitividade não são apenas características particulares de cada agricultor familiar, todavia são efeitos de suas relações sociais.

Schneider et al. (2016), reconhece o empreendedor rural como responsável pelas transformações rurais, por possuir uma visão da agricultura como potencial de negócio.

O produtor rural passou a ser um empreendedor e prestador de serviços, trabalhando diretamente na fabricação e comercialização de seus produtos. A relevância desse tipo de atividade pode ser constatada, na medida em que isto se 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 (GAFFURI et al., 2005).

Neste sentido, Moreira e Carvalho (2009) caracterizam o empreendedorismo rural como um elemento essencial para o desenvolvimento socioeconômico da região rural, gerando empregos, renda e riqueza, possibilitando assim, maior chance de eliminação dos problemas que afetam as comunidades rurais.

Segundo Gülümser et al. (2012), citado por Alves (2016), o empreendedorismo rural depende diretamente do capital rural, apesar de não existir um conceito exato, pode-se afirmar que as atividades exercidas pelos empreendedores rurais estimulam a concentração de capital rural.

O empreendedorismo rural deve passar a ser visto como um ambiente de oportunidades, considerando que no meio rural é possível encontrar muitas potencialidades que tendem a se tornar empreendimentos de sucesso, caso o conhecimento sobre empreendedorismo seja colocado em prática (SCHINAIDER et al., 2016).

3 MOTIVAÇÃO

3.1 CONCEITUAÇÃO

Vergara (2016 p.41) conceitua motivação como “uma força, uma energia, que nos impulsiona na direção de alguma coisa” (...) que “nasce de nossas necessidades interiores”. Assim Fiorelli (2004) aborda que, quando a motivação ocorre, a produtividade e a satisfação das pessoas se elevam, gerando resultados multiplicadores.

Os resultados multiplicadores da motivação ocorrem por que ela atua como um efeito da relação que acontece entre um indivíduo e a situação que o cerca, sendo que o estímulo motivacional pode variar de acordo com o tempo, além disso é provável uma mesma pessoa possuir diferentes graus de motivação (CHIAVENATO, 2010). Observa-se aqui que a motivação é algo pessoal.

A ideia que a motivação é algo pessoal e reforçada por Toledo (1992), segundo o qual um motivo é o que inicia, guia e forma o comportamento, surgindo do interior de cada pessoa, e se cria a partir de um impulso e uma recompensa.

Apesar da motivação ser evidentemente de natureza intrínseca, Bergamini (1990) lembra que existem os fatores externos, que podem ser utilizados para satisfazer uma necessidade interna. O autor complementa ainda que, vários pesquisadores se esquecem de uma característica pertinente sobre esse tema, que é a continuidade, considerando que em tempo algum será possível um indivíduo estar totalmente satisfeito.

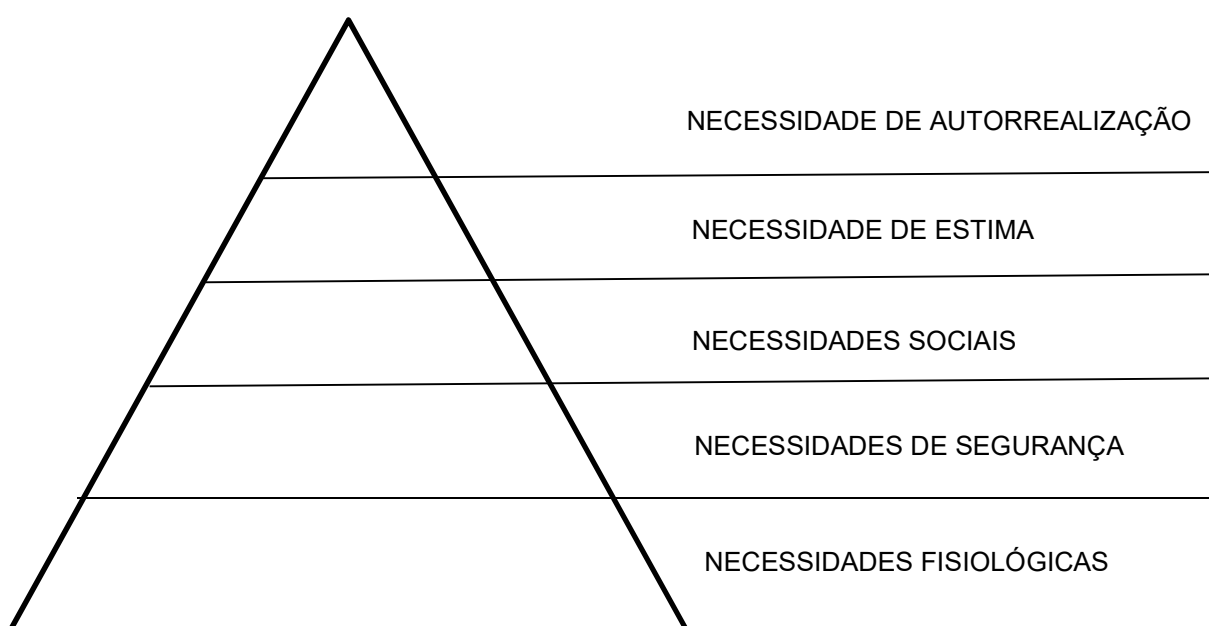
Para melhor compreender a complexidade deste assunto diversas teorias abordam a motivação, de forma específica, mas todas possuem uma visão especial sobre o ser humano, contudo nenhuma consegue formar afirmativas inteiramente verdadeiras sobre o tema (FLEURY, 2002). A seguir serão abordadas algumas das principais teorias sobre motivação.

3.2 TEORIA DA HIERARQUIA DAS NECESSIDADES

Abraham Maslow (1908-1970) é o autor da teoria mais famosa sobre motivação, que através de uma incansável busca sobre o entendimento do comportamento humano,

conseguiu a colaboração de professores consagrados (como Max Wertheimer, Margaret Mead e Erich Fromm) e assim fundamentou sua ideia na compreensão das necessidades humanas (MAXIMIANO, 2000). Segundo Chiavenato (2010, p.478), “Sua hipótese básica é que, em cada pessoa, existe uma hierarquia de cinco necessidades humanas”, como representado na figura 1.

Figura 1 - Pirâmide das necessidades humanas segundo Maslow



Fonte: Adaptado de Maximiano (2000)

Necessidades fisiológicas – são as necessidades que correspondem a sobrevivência biológica, tidas como as mais simples (CHIAVENATO, 2010). Hesketh e Costa (1980), consideram que essas necessidades servem como auxílio a satisfação de todas as outras, dessa forma são condições referentes a moradia, abrigo no trabalho, descanso, saúde, alimentação e etc.

Necessidades de segurança – referem-se à estabilidade física e emocional, compreendendo o entendimento das mudanças do ambiente em que o indivíduo se encontra (SAMPAIO, 2009). Chiavenato (2010) complementa relacionando essa necessidade a proteção contra supostas ameaças.

Necessidades sociais – relaciona-se ao querer ser amado e amar, além do desejo de pertencer a algum grupo (VERGARA, 2012). Segundo Chiavenato (2010), essa necessidade está ligada a aceitação social, ao sentimento de afeto como a amizade.

Necessidade de estima – é associada por Sampaio (2009) ao autorrespeito, a imagem que a pessoa possui de si, o desejo por aptidões, maestria, assim proporcionando autoconfiança e independência, além disso, também está relacionada com a busca pelo reconhecimento, apreciação, a vontade de ser prestigiado e obter status.

Necessidade de autorrealização – segundo Toledo (1992), representa essencialmente o ser humano, mais do que qualquer outra. Chiavenato (2010), descreve como a necessidade mais alta dentro da hierarquia, funcionando como estímulo para se alcançar o máximo de aptidões e expandir o próprio potencial interno que toda pessoa possui, incluindo o crescimento pessoal. De acordo com Ramos (1990), essa necessidade é um desafio de vida permanente para uma pessoa, pelo fato de o indivíduo buscar constantemente a excelência em suas realizações e possuir um forte desejo de crescimento psicológico.

Segundo Maximiano (2004), de acordo com esta teoria pode-se afirmar que as pessoas estão em processo contínuo de desenvolvimento, dessa forma tendem a progredir, buscando satisfazer uma necessidade após a outra, encaminhando-se para a autorrealização. O autor reforça ainda que a autorrealização pode ocorrer em qualquer momento da escala de motivação dependendo do indivíduo.

Oliveira (2009) afirma que as necessidades propostas por Maslow, seguem uma sequência lógica, ao passo que estas necessidades vão sendo satisfeitas, os indivíduos se tornam mais motivados e produtivos. Maximiano (2000) considera que, de modo que o nível das necessidades se eleva, como resultado o indivíduo torna-se cada vez mais saudável.

3.3 TEORIA DE MCCLELLAND

O Autor David McClelland (1997), em sua teoria também abordou as necessidades humanas, apresentando o indivíduo sobre um conceito social, como o único responsável pelo seu sucesso (RIBAS, 2012). Conforme Vergara (2012), o autor considera as necessidades de realização, afiliação e poder, sendo que não nascemos com tais precisões, mas são adquiridas socialmente ao longo dos anos.

As pessoas que possuem a realização como necessidade motivadora, tendem primeiramente dar relevância ao crescimento pessoal, concretizar algo da melhor forma e preferentemente sozinhas (FERREIRA et al., 2006).

A afiliação está ligada às mesmas características da necessidade de afeto, citada por Maslow em sua teoria (VERGARA, 2012). Segundo Ramos (1990), quando esta necessidade predomina as pessoas tornam-se propensas a se preocuparem fortemente em manter um relacionamento social satisfatório.

Quando as necessidades de poder são as que prevalecem, os comportamentos compreendem o desejo de obter uma posição de influência, de ser prestigiado ou possuir status (RAMOS, 1990).

3.4 TEORIA DE HERZBERG

Frederick Herzberg (1968), para explicar o comportamento das pessoas no trabalho focalizou em sua teoria a diferenciação entre fatores de motivação e manutenção. Nessa distinção abordou que, os motivadores são intrínsecos de cada pessoa, como o reconhecimento, a ascensão, a realização, assim estes geram no indivíduo um esforço próprio para a efetivação de tarefas. Por outro lado, os fatores de manutenção, também chamados de higiênicos, são caracterizados como extrínsecos, por serem condições proporcionadas ao trabalhador para exercer suas atividades, como o salário, os benefícios e a segurança (PILATTI, 2012).

De acordo com Lobos (1975), os dois grupos de fatores são vistos como independentes, sendo que quando os fatores motivadores estão presentes, podem ser considerados como responsáveis pela satisfação, mas se ausentes não chegam a causar insatisfação. Já os fatores higiênicos, se ausentes, acarretam na insatisfação.

3.5 A EXPECTATIVA COMO FATOR MOTIVACIONAL

A teoria da expectância proposta por Victor Vroom, na década de 60, considera que pessoas diferentes reagem de maneiras diferentes, de acordo com a situação, destacando então as particularidades de cada indivíduo (TADIN et al., 2006). De acordo com Chiavenato (2010), Vroom relaciona desempenho com a atratividade do

resultado, ou seja, um indivíduo estará motivado quando acreditar que seu esforço será recompensado, e que tal recompensa irá satisfazer seus objetivos individuais.

Segundo Chiavenato (2011), Lawler desenvolveu o modelo proposto por Vroom, chegando a duas conclusões em sua teoria da expectativa:

- a) O desejo das pessoas por dinheiro se justifica por lhes permitir, além da satisfação das necessidades básicas, também atender as suas necessidades sociais, de estima e autorrealização, portanto se caracteriza como um meio de alcançar essas realizações e
- b) Consiste no fato das pessoas acreditarem que o desempenho influencia no resultado final, desse modo se dedicarão a esse desempenho para obter mais dinheiro.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

4.1 MÉTODO

Quanto aos objetivos, a pesquisa é descritiva, já que expõe as características de uma população. (VERGARA, 2000). O estudo possui uma abordagem quantitativa, onde a mensuração dos dados é realizada de maneira que os números são utilizados com o objetivo de retratar as propriedades das questões abordadas (HAIR JR et al., 2007).

Os dados dessa pesquisa podem ser descritos como primários, já que, a pesquisadora esteve envolvida em todos os itens da transformação dos dados em conhecimento, desde a criação do instrumento, passando pela coleta, codificação, análise e interpretação, conforme preconiza Hair Jr. et al. (2007).

4.2 LOCAL DE ESTUDO

A pesquisa foi realizada em Laranja da Terra, um município localizado no interior do estado do Espírito Santo, caracterizado de pequena extensão (457 km²), com uma população de apenas 10.826 habitantes, conforme Censo 2010 (IBGE, acesso em 2017), sendo que a maioria da população é residente nas áreas rurais como representado na tabela 1.

Tabela 1 – População de Laranja da Terra por domicílio e gênero

Sexo	Total	Urbana	Rural
Total	10.826	3.528	7.298
Homens	5.524	1.736	3.788
Mulheres	5.302	1.792	3.510

Fonte: Censo Demográfico 2010 (IBGE, acesso em 2017).

Esse estudo foi aplicado especificamente no distrito de Joatuba, considerando que é a localidade com maior população das áreas rurais do município, como apresentado na tabela 2, além de possuir também o maior número de inscrições estaduais realizadas por produtores, como representado na tabela 3.

Tabela 2 - População rural de Laranja da Terra

Localidade	Quantidade
Sede	1.124
Joatuba	2.320
São Luiz de Miranda	488
Sobreiro	2.298
Vila de Laranja da Terra	1.068
Total	7.298

Fonte: Censo Demográfico 2010 (IBGE, acesso em 2017).

De acordo com o INCAPER (2011), a economia de Laranja da Terra é movimentada principalmente pelo setor rural e se sustenta fortemente pela produção de café conilon. Dessa forma o município tem sua contribuição na safra estadual e no ano de 2016 o Espírito Santo foi destaque sendo responsável por 63% de toda produção nacional de conilon (CONAB, 2017).

Outras culturas também são representativas para a economia local como a produção de tomate de mesa, quiabo, banana e leite (INCAPER, 2011). Em 2016, o município foi destaque nas vendas de manga no mercado das Centrais de Abastecimento do Espírito Santo (CEASA/ES, 2017).

4.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA DA PESQUISA

A população deste trabalho consiste nos empreendedores rurais do município de Laranja da Terra, especificamente do distrito de Joatuba. Segundo Seibel (2017), registros do Núcleo de Atendimento ao Contribuinte (NAC) indicam que no município de Laranja da Terra atualmente existe um total de 1640 produtores com inscrição estadual (informação verbal) ¹. Sendo assim a população desta pesquisa compreende os 495 produtores rurais registrados no distrito de Joatuba, como representado na Tabela 3.

¹ SEIBEL, Obriem. Quantidade de produtores rurais com inscrição estadual de Laranja da Terra. Núcleo de Atendimento ao Contribuinte, 2017.

Tabela 3 - Quantidade de produtores com inscrição estadual em Laranja da Terra

Localidade	Produtores
Sede	368
Joatuba	495
São Luiz de Miranda	65
Sobreiro	468
Vila de Laranja da Terra	244
Total	1640

Fonte: NAC de Laranja da Terra (2017).

Para a amostra do estudo foi utilizado uma calculadora online que realizou o cálculo amostral, elaborado por Santos (2017), tendo com erro amostral 10% e nível de confiança de 95% sobre a população de 495 produtores rurais. O resultado da amostra necessária foi de 81, sendo alcançada tal quantidade, atingindo 81 produtores.

Figura 2 – Fórmula utilizada na calculadora online

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p) + e^2 \cdot (N - 1)}$$

Fonte: Santos (2017).

4.4 VARIÁVEIS PESQUISADAS

As variáveis utilizadas para o desenvolvimento do questionário foram baseadas na teoria da hierarquia das necessidades de Maslow, conforme exposto por Maximiano (2000), que são: necessidades fisiológicas, de segurança, sociais, de estima e autorrealização. No Quadro 2 encontram-se as variáveis com os respectivos fatores que serviram para montar o instrumento de pesquisa.

Quadro 2 – Fatores de motivação dos empreendedores rurais.

Variável	Fatores
Autorrealização	Ajudar no crescimento da economia do país.
	Devido à paixão pela atividade rural.
	Manter a tradição familiar.
Estima	Ser respeitado e admirado na região.
	Ser um dos melhores produtores da região.
Social	Estar mais perto família durante o trabalho.
	Possuir boas amizades.
Segurança	Ter pouco risco de falir.
	Construir herança para família.
Fisiológica	Ter uma alimentação mais saudável.
	Possuir moradia adequada.

Fonte: Adaptado pela autora (2017).

4.5 INSTRUMENTOS DA COLETA DE DADOS

Os dados foram levantados por meio de questionários estruturados, aplicados de forma individual aos empreendedores rurais. A aplicação e o recolhimento dos questionários aconteceram de maneira simultânea, pelo fato da entrega acontecer em visitas às propriedades rurais, acompanhando o empreendedor rural no momento do preenchimento.

Para caracterizar o perfil da propriedade foi utilizado como instrumento a classificação oficial do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA) para imóveis rurais. Essa classificação é definida pela Lei 8.629, de 25 de fevereiro de 1993, que não leva em conta apenas a metragem da área, mas sim módulos fiscais que variam de acordo com cada município (INCRA, 2017). No município onde foi aplicada a pesquisa o módulo fiscal corresponde a 20 hectares (ha). Dessa forma, nesta pesquisa as propriedades foram classificadas em:

- Minifúndio – é o imóvel rural com área inferior a 1 (um) módulo fiscal, ou seja, abaixo de 20 hectares;

- Pequena propriedade - entre 1 e 4 módulos fiscais, sendo a partir de 20 (ha) até 80 (ha);
- Média propriedade - 4 e até 15 módulos fiscais, ou seja, superior a 20 (ha) até 300 (ha);
- Grande propriedade - área superior 15 módulos fiscais, portanto acima de 300 (ha).

5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

5.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

A seguir são apresentados na Tabela 4 os dados com o perfil dos respondentes, que será analisado para avaliar a validade da amostra.

Tabela 4 - Perfil dos respondentes

Gênero	
Masculino	52%
Feminino	48%
Faixa Etária	
Até 30 anos	17%
Acima de 30 até 60 anos	67%
Acima de 60 anos	16%
Escolaridade	
Menor que ensino médio	67%
Até ensino médio	27%
Ensino superior	6%
Estado Civil	
Casado (a)	90%
Divorciado (a)	2%
Separado (a)	1%
Solteiro (a)	4%
Viúvo (a)	2%

Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa (2017).

Os dados do perfil dos respondentes representados na Tabela 1 retratam que a amostra é válida, visto que ambos os gêneros estão representados de forma equilibrada e ainda considerando serem pessoas maduras, onde 83% dos respondentes possuem idade acima de 30 anos, estando aptas a responderem ao questionário.

Quanto à escolaridade, ficou evidenciado um nível relativamente baixo. Apesar disso tal realidade não interferiu negativamente nos resultados já que a coleta de dados desta pesquisa ocorreu por meio de entrevistas, ou seja, a baixa escolaridade não interferiu na interpretação do questionário, conseqüentemente não afetou a veracidade das respostas.

Em relação ao estado civil, a grande maioria (90%) é casado (a), característica comum na região e no público pesquisados.

5.2 PERFIL DA PROPRIEDADE

A seguir constam os dados que permitem compreender o perfil das propriedades pesquisadas de tal modo a facilitar a compreensão dos resultados gerais obtidos.

Tabela 5 - Perfil da propriedade

Classificação da propriedade	
Minifúndio	60%
Pequena propriedade	32%
Média propriedade	7%
Tempo que pertence à família	
Até 50 anos	17%
Acima de 50 até 60 anos	67%
Acima de 60 anos	16%

Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa (2017).

Em termos de propriedade a maioria dos respondentes possui o que a literatura classifica como minifúndios, ou seja, 60% dos entrevistados possuem propriedades pequenas, abaixo de 20 hectares (ha) e 32% possuem propriedades com máximo de 80 hectares, classificados como pequena propriedade.

A amostra se apresenta como significativa por demonstrar, claramente, que os entrevistados têm uma identidade com a área rural, pelo fato de mais de 80% deles afirmarem que a propriedade pertence à família por mais de 50 anos, o que indica que, de fato, estão aptos a responder à pesquisa por vivenciarem o empreendedorismo rural a longo tempo.

Tabela 6 – Produção nas propriedades dos entrevistados

Produção principal		Produção complementar	
Café	26%	Banana	17%
Inhame	17%	Quiabo	16%
Tomate	15%	Café	11%
Banana	12%	Inhame	11%
Pepino	9%	Pepino	10%
Quiabo	7%	Pimentão	9%
Gado	5%	Tomate	9%
Pimentão	4%	Milho	8%
Leite	3%	Não possui	6%
Graviola	1%	Beringela	1%
Rosas	1%	Leite	1%
		Pinha	1%

Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa (2017).

Quanto às principais produções cultivadas pelos empreendedores rurais entrevistados, ficou evidenciado que atualmente a área se caracteriza como bastante diversificada, ou seja, não há uma cultura que detém o predomínio absoluto, conforme se apresenta na Tabela 6.

O café está presente na região, porém ele aparece como a produção principal em apenas 26% da amostra, seguido pelo inhame que aparece como o segundo maior cultivo (17%) e pelo tomate que é a cultura principal em 15% das propriedades. Em relação às atividades secundárias, tidas como produções complementares, a banana (17%) e quiabo (16%) foram respectivamente as mais citadas, porém, os cultivos de café, inhame e pepino também foram mencionados.

5.3 MOTIVAÇÕES PARA O EMPREENDEDORISMO RURAL

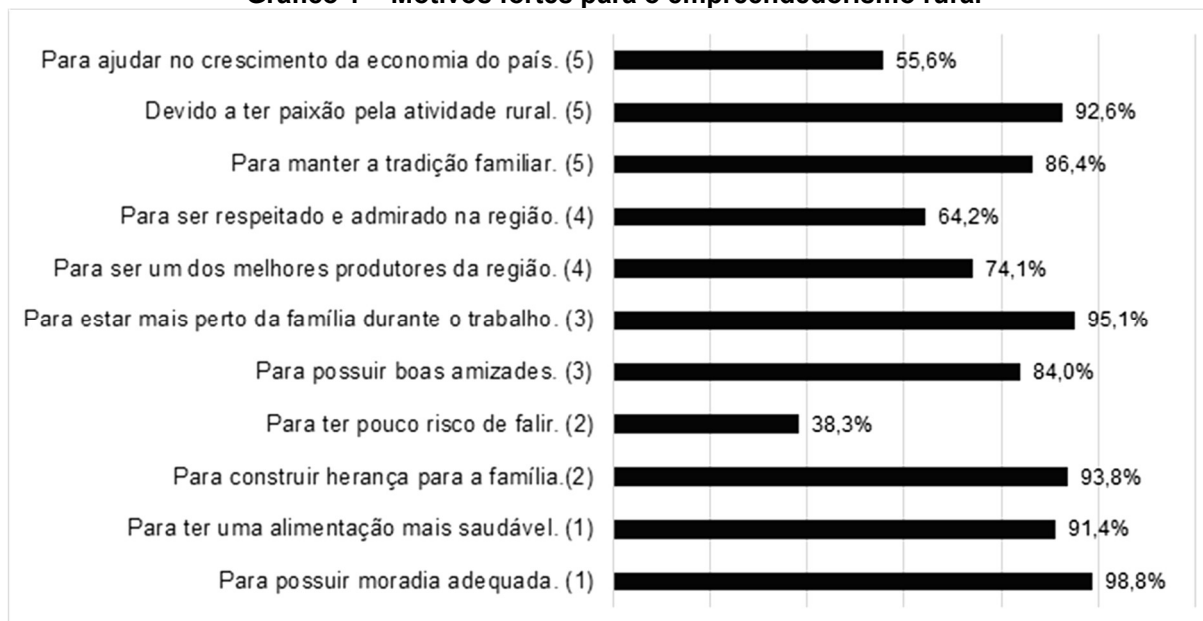
Na busca por estabelecer os motivos que levam os produtores a se manterem no empreendedorismo rural foram utilizadas variáveis baseadas na teoria da hierarquia das necessidades de Maslow, quais sejam:

- Necessidades fisiológicas;
- Necessidades de segurança;
- Necessidades sociais,
- Necessidades de estima e
- Necessidades de autorrealização.

Cada variável desta foi representada no questionário por fatores. Estes fatores seriam os motivos que levariam os produtores a permanecerem no empreendedorismo rural. Deste modo, o entrevistado escolheu entre as seguintes respostas: se o fator “não era motivo” para ficar no empreendedorismo rural, se era “motivo fraco” ou se era “motivo forte”.

Para analisar os resultados obtidos nessa pesquisa optou-se por apresentar o Gráfico 1, que registra os percentuais da resposta do “motivo forte”. Neste gráfico pode-se perceber tanto os fatores que são evidentemente mais motivadores, quanto aqueles que não têm tanta influência para os produtores permanecerem no empreendedorismo rural. No entanto, com intuito de permitir ao leitor acesso aos demais resultados os Gráficos 2 e 3, que registram os percentuais referentes respectivamente as respostas “não é motivo” e “motivo fraco”, respectivamente, encontram-se no apêndice B.

Gráfico 1 – Motivos fortes para o empreendedorismo rural



Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa (2017).

Para facilitar o entendimento em relação ao Gráfico 1, ao final de cada fator consta uma numeração de 1 a 5, que corresponde à respectiva necessidade humana, sendo: (1) necessidade fisiológica; (2) necessidade de segurança; (3) necessidade sociais; (4) necessidade de estima; (5) necessidade de autorrealização.

Para possibilitar uma melhor compreensão as análises abaixo foram divididas de acordo com as necessidades de Maslow, proposto na literatura:

a) Necessidades fisiológicas (Número 1 no Gráfico 1)

As questões fisiológicas, representadas pela moradia adequada e alimentação, são fortes fatores motivacionais para os respondentes permanecerem no empreendedorismo rural, ambos com percentuais acima de 90% das respostas. De certo modo os resultados se apresentam coerentes com a proposta da teoria da hierarquia das necessidades humanas de Maslow, pois segundo Chiavenato (2010) elas são a base da pirâmide, relacionadas com a sobrevivência biológica, tidas como as mais simples, porém praticamente indispensáveis, pois conforme Hesketh e Costa (1980) tais necessidades exercem o papel de auxílio para a satisfação de todas as outras necessidades. Esses conceitos estão bem evidenciados nos resultados.

b) Necessidade de segurança (Número 2 no Gráfico 1),

No grupo de necessidades de segurança cabe comentário especial para a variável “risco de falir”. Intuitivamente pode-se supor que o produtor rural possui seu negócio mais estável, comparado com empreendimentos de setores urbanos, porém a pesquisa demonstra claramente que, sobre o ponto de vista dos respondentes, o empreendedor rural não se sente com essa segurança, não acreditando que dispõe de pouco risco de falir, já que apenas 38% colocaram essa opção como motivo forte. Nesta variável não há um distanciamento entre o empreendedor rural e o urbano, ou seja, o produtor não fica no empreendimento rural porque tem menor risco de falir e, portanto, não é um fator motivacional preponderante.

Outro fator proposto neste trabalho para medir a necessidade de segurança foi a questão de herança para a família. Este fator se caracterizou como forte motivação para os respondentes (quase 94%) permanecerem no empreendedorismo rural. Esse resultado tem ligação com o que Chiavenato (2010) aborda, relacionando a necessidade de segurança a proteção contra supostas ameaças, portanto a herança se apresenta como uma maneira do produtor resguardar sua família contra ameaças futuras.

c) Necessidades sociais (Número 3 no Gráfico 1)

Em relação às necessidades sociais a questão familiar aparece como motivadora, pois ficou evidenciado que o desejo do entrevistado de estar mais perto da família durante

o trabalho se caracteriza efetivamente como uma forte motivação para os respondentes, apresentando um dado superior a 95% das respostas. O resultado obtido neste fator expressa o desejo de amar e ser amado apontado por Vergara (2012), neste caso em relação a família. Aliás o fator familiar se destacou com grande relevância em toda a pesquisa.

O item “possuir boas amizades”, pertencente a essa mesma necessidade também apresentou-se signficante, já que 84% dos respondentes optaram pela classificação deste item como motivo forte. Essa característica pode ser dada como típica da localidade, considerando que a pesquisa foi aplicada em um município de baixa população, com grandes possibilidades das pessoas conhecerem umas às outras de forma bastante próxima. Esse item está de acordo com o conceito proposto por Chiavenato (2010), que relaciona a aceitação social, ao sentimento de afeto, como a amizade.

d) Necessidades de estima (Número 4 no Gráfico 1)

As necessidades de estima se apresentaram nessa pesquisa como motivações intermediárias, representadas pelo desejo de ser respeitado e admirado, além do anseio em ser um dos melhores produtores da região, ocupando um percentual entre 60% e 75% dos respondentes que marcaram como motivo forte. Este resultado demonstra que estes fatores despertam certo interesse entre os respondentes, ainda assim não se pode considerar como as necessidades mais preponderantes. Então conclui-se que o empreendedor rural não permanece no campo, preponderantemente, devido a uma busca pelo reconhecimento ou pela vontade de ser prestigiado e obter status, conforme descreve Sampaio (2009).

e) Necessidades de autorrealização (Número 5 no Gráfico 1)

Ficou evidente que o sentimento de ajudar no crescimento da economia do país, nesta pesquisa classificado como necessidade de auto realização, não é uma motivação principal para os respondentes, ou seja, não está exercendo, de forma predominante, influência para que o produtor se manter no empreendedorismo rural, já que apenas 55% dos respondentes colocaram essa opção como motivo forte. Vale registrar que este é o segundo fator que menos motiva os respondentes, só perdendo para o risco de falir.

Esse baixo sentimento que o produtor possui em relação a sua contribuição para a economia do país pode ter se dado em função da realidade atual, já que as políticas de incentivos voltadas para apoio dos produtores rurais serem relativamente fracas, como enfatiza Da Silva (2002), especialmente para o pequeno produtor, que é a amostra dominante nesta pesquisa. Assim, o fato do produtor rural não possuir o sentimento de estar exercendo uma contribuição importante para o país indica que isso não é relevante para sua autorrealização.

A paixão pela atividade rural se apresentou como uma forte motivação para os empreendedores, sendo que a maioria (quase 93%) classificou esse fator como motivo forte, indicando essa paixão leva o produtor a uma autorrealização. O autor McClelland (1972), citado por Vale et al. (2014) afirma essa ideia abordando que a vontade de realizar as coisas da melhor maneira, não diretamente por prestígio ou reconhecimento social, mas sim basicamente pela realização pessoal constitui-se em fator motivacional, conforme encontrado nesta pesquisa.

Resumidamente os resultados indicaram que

- a) A relação familiar pode ser identificada como um dos fatores que tem maior influência para que o produtor permaneça no empreendedorismo rural. Esta afirmativa está sustentada nos resultados, pois se mostra presente na maioria das opções dos respondentes nas variáveis de segurança, social e autorrealização, representadas respectivamente em construir herança, estar mais perto da família durante o trabalho e para manter a tradição familiar, ou seja, os fatores voltados para a família são de grande importância para manter o produtor no empreendedorismo rural.
- b) Entre os itens que menos motivam os empreendedores a permanecerem no empreendedorismo rural, com destaque, apareceu o fator “ter pouco risco de falir”, demonstrando que os respondentes não se sentem com essa segurança, não acreditando que dispõem de pouco risco de falir. Os empreendedores rurais não demonstraram um sentimento de que estejam ajudando na economia do país, ou seja, esse fator é segundo que menos exerce influência para o produtor permanecer no empreendedorismo rural.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo pode ser considerado um forte elemento para alavancar o desenvolvimento socioeconômico da região rural, gerando renda e riqueza. Dessa forma, esta pesquisa explorou esse setor, com o objetivo principal de identificar as motivações dos produtores rurais do distrito de Joatuba do município de Laranja da Terra para se manterem no empreendedorismo rural.

Os resultados indicaram que, dentre as razões para os produtores se manterem no empreendedorismo rural, a relação familiar se apresentou com grande influência, já que o produtor declarou estar motivado fortemente em permanecer no seu trabalho para conseguir construir herança, estar presente diariamente com a família e para manter a tradição familiar na atividade rural. A pesquisa também mostrou que, apesar dos desafios, a grande maioria dos produtores tem realmente paixão pelo que faz, no caso a atividade rural, constituindo-se em mais um forte motivador.

Os piores motivos, considerados como fatores que menos motivam os produtores, foram essencialmente o fator de “pouco risco de falir”, demonstrando que os produtores não se sentem com essa segurança e, além disso, o produtor também não se motiva pelo fato de ajudar no crescimento na economia do país, ou seja, esses fatores não exercem influência para a continuidade do empreendedorismo rural, constituindo-se como motivos fracos

Este trabalho limitou-se a apenas aos produtores rurais de um distrito do município de Laranja da Terra, portanto como sugestão de novas pesquisas, sugere-se a aplicação em todo o município e também em outros, onde as atividades rurais se destaquem. Enfim, sugere-se a ampliação de estudos no setor rural, pois é atualmente de grande relevância para a economia brasileira.

REFERÊNCIAS

ALVES, Susana Marisa Rodrigues. **Empreendedorismo no meio rural**: o caso de Vila Pouca de Aguiar. 2016. Dissertação de Mestrado. Disponível em: <<http://repositorio.utad.pt/handle/10348/5440>>. Acesso em: 09 mar. 2017.

BERGAMINI, Cecília W. Motivação: mitos, crenças e mal-entendidos. **Revista de administração de empresas**, v. 30, n. 2, p. 23-34, 1990. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-75901990000200003&script=sci_arttext>. Acesso em: 11 mar. 2017.

CARLAND, James W. et al. Differentiating entrepreneurs from small business owners: A conceptualization. **Academy of management review**, v. 9, n. 2, p. 354-359, 1984. Disponível em :<<http://amr.aom.org/content/9/2/354.short>>. Acesso em: 13 mar. 2017.

CEASA-ES – Centrais de Abastecimento do Espírito Santo. **Laranja da Terra é destaque na comercialização de manga**. Disponível em: <<https://ceasa.es.gov.br/laranja-da-terra-e-destaque-na-comercializaca>>. Acesso em: 16 mar. 2017.

CELLA, Daltro. **Caracterização dos fatores relacionados ao sucesso de um empreendedor rural**. 2002. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/11/11132/tde-23072002-162811/en.php>>. Acesso em: 02 mar. 2017.

CONAB, Companhia Nacional de Abastecimento. **1º Levantamento safra 2017**. Disponível em: <http://www.conab.gov.br/OlalaCMS/uploads/arquivos/17_01_17_14_51_54_boletim_cafe_-_janeiro_de_2017.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2017.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração nos novos tempos**. 2ª ed. São Paulo: Elsevier, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2005.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. 8. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

DA SILVA, José Graziano. **Velhos e novos mitos do rural brasileiro**: implicações para as políticas públicas. São Paulo, 2002.

DOLABELA, Fernando Celso. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

FERREIRA, André et al. Teorias de motivação: uma análise da percepção das lideranças sobre suas preferências e possibilidade de complementaridade. **XIII SIMPEP-Bauru, SP, Brasil**, v. 6, 2006. Disponível em:<https://www.researchgate.net/profile/Andre_Ferreira28/publication/237239493_Teorias_de_motivacao_uma_analise_da_percepcao_das_liderancas_sobre_suas_preferencias_e_possibilidade_de_complementaridade/links/5554f9d708ae6fd2d821baf7.pdf>. Acesso em 14 abr. 2017.

FLEURY, Maria Tereza Leme (COORD.). **As pessoas na organização**. São Paulo: Editora Gente, 2002.

FIORELLI, José Osmir. **Psicologia para Administradores**. 4º ed. São Paulo: Atlas, 2004.

GAFFURI, Juliana et al. **Empreendedores rurais como gestores de negócio para o provimento do desenvolvimento agrícola**. Seminário Nacional Estado e Políticas Sociais no Brasil, v. 2, 2005. Disponível em:<<http://cac.php.unioeste.br/projetos/gpps/midia/seminario2/trabalhos/economia/meco13.pdf>>. Acesso em: 25 mar. 2017.

HAIR JR., Joseph et al. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HESKETH, José Luiz; COSTA, Maria TPM. Construção de um instrumento para medida de satisfação no trabalho. **Revista de Administração de Empresas**, v. 20, n. 3, p. 59-68, 1980. Disponível em:<http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-75901980000300005&script=sci_arttext&lng=pt>. Acesso em: 23 mar. 2017.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Brasil em síntese: agropecuária**. Disponível em: <<http://brasilemsintese.ibge.gov.br/agropecuaria.html>>. Acesso em: 15 mar. 2017.

_____. **Censo Demográfico**. Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/Tabela/608#resultado>>. Acesso em: 29 mai. 2017.

_____. **Panorama de Laranja da Terra**. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/v4/brasil/es/laranja-da-terra/panorama>>. Acesso em: 20 mai. 2017.

INCAPER, Instituto Capixaba De Pesquisa, Assistência Técnica e Extensão Rural. **Programa de assistência técnica e extensão rural 2011-2013**. Disponível em:<https://incaper.es.gov.br/media/incaper/proater/municipios/Centro_cerrano/Laranja_da_Terra.pdf>. Acesso em: 11 mar. 2017.

INCRA, Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária. **Classificação de imóveis fiscais rurais**. Disponível em:< <http://www.incra.gov.br/tamanho-propriedades-rurais>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

LOBOS, Julio. Teorias sobre a motivação no trabalho. **Revista de Administração de empresas**, v. 15, n. 2, p. 17-25, 1975. Disponível

em:<http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-75901975000200002&script=sci_arttext>. Acesso em: 07 abr. 2017.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Teoria geral da administração**: da escola científica à competitividade na economia globalizada. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Teoria geral da administração**: da revolução urbana à revolução digital. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

MOREIRA, António C.; CARVALHO, Marta FS. Incubation of new ideas: extending incubation models to less-favored regions. **Entrepreneurship–CreativityandInnovative Business Models**, p. 41, 2012. Disponível em:<<http://idl.isead.edu.es:8080/jspui/bitstream/10954/1785/1/9789535100690.pdf#page=53>>. Acesso em 05 abr. 2017.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Teoria geral da administração**: edição compacta. São Paulo: Atlas, 2009.

OTANI, Nilo; FIALHO, Francisco Antonio Pereira; SOUZA, Antonio Carlos. **TCC**: métodos e técnicas. 2ª ed. Florianópolis: Visual Books, 2011.

PILATTI, Luiz Alberto. Qualidade de vida no trabalho e teoria dos dois fatores de Herzberg: possibilidades-limite das organizações. **Revista Brasileira de Qualidade de Vida**, v. 4, n. 1, 2012. Disponível em:<<https://revistas.utfpr.edu.br/rbqv/article/view/1195>>. Acesso em: 08 abr. 2017.

RAMOS, Juan Pérez. Motivação no trabalho: abordagens teóricas. **Psicologia USP**, v. 1, n. 2, p. 127-140, 1990. Disponível em:<http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-51771990000200004>. Acesso em: 06 abr. 2017.

RIBAS, Raul. A motivação empreendedora e as teorias clássicas da motivação. **Caderno de Administração. Revista da Faculdade de Administração da FEA. ISSN 1414-7394**, v. 5, n. 1, 2012. Disponível em:<<https://revistas.pucsp.br/index.php/caadm/article/view/7781>>. Acesso em: 07 abr. 2017.

SAMPAIO, Jáder Dos Reis et al. O Maslow desconhecido: uma revisão de seus principais trabalhos sobre motivação. **Revista de Administração–RAUSP**, v. 44, n. 1, p. 5-16, 2009. Disponível em:<<http://www.gerenciamento.ufba.br/Disciplinas/Lideran%C3%A7a/3%20O%20Maslow%20desconhecido%20-%20uma%20revisao%20de%20seus%20principais%20trabalhos%20sobre%20motivacao.pdf>>. Acesso em:10 abr. 2017.

SANTOS, Glauber Eduardo de Oliveira. *Cálculo amostral*: calculadora on-line. Disponível em: <<http://www.calculoamostral.vai.la>>. Acesso em: 12 jul. 2017.

SARMENTO, Rackynelly Alves et al. Determinantes socioambientais e saúde: O Brasil rural versus o Brasil urbano. **Tempus Actas de Saúde Coletiva**, v. 9, n. 2, p.

221-235, 2015. Disponível em:<<http://tempus.unb.br/index.php/tempus/article/view/1718>>. Acesso em: 10 abr. 2017.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Empreendedorismo na região sudeste do Brasil em 2014**. Disponível em:<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014_sudeste.pdf>. Acesso em: 12 mar. 2017.

SENAR, Serviço Nacional de Aprendizagem Rural. **Programa empreendedor rural**. Disponível em:<<http://www.senar.org.br/programa/programa-empreendedor-rural>>. Acesso em: 15 mar. 2017.

SILVA, Nivaldo Pereira. A importância do empreendedor rural para capacitar, desenvolver e equacionar estrategicamente os recursos sustentáveis, gerando renda e qualidade de vida. **Revista e-ESTUDANTE-ElectronicAccountingand Management-ISSN 1984-7378**, v. 2, n. 2, 2009. Disponível em:<<http://revistas.utfpr.edu.br/pb/index.php/ecap/article/view/791>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

SCHINAIDER, Alessandra Daiana et al. O perfil do futuro empreendedor rural e fatores de influência na busca de qualificação. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 2, n. 2, p. 42-65, 2016. Disponível em:<<http://www.relise.eco.br/index.php/relise/article/view/68>>. Acesso em: 11 mar. 2017.

SCHNEIDER, Carlise Porto. **Agricultura familiar e empreendedorismo**: um estudo sobre as trajetórias de jovens egressos do Centro de Desenvolvimento do Jovem Rural (Cedejor) no Vale do Rio Pardo/RS. 2008. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Disponível em:<<http://hdl.handle.net/10183/16420>>. Acesso em: 13 mar. 2017.

TADIN, Ana Paula et al. O conceito de motivação na teoria das relações humanas. **Maringá Management**, v. 2, n. 1, 2006. Disponível em:<<http://www.maringamanagement.com.br/novo/index.php/ojs/article/viewArticle/36>>. Acesso em: 08 abr. 2017.

TOLEDO, Flávio de. **Administração de pessoal**: Desenvolvimento de Recursos Humanos. 8ª ed. São Paulo: Atlas, 1992.

TOMEI, Patricia Amelia; LIMA, Daniela Alves. O empreendedor rural e a inovação no contexto brasileiro. In: **Anais... XI CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO**. 2015. Disponível em:<http://www.inovarse.org/sites/default/files/T_15_384.pdf>. Acesso em: 08 abr. 2017.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos; CORRÊA, Victor Silva; DOS REIS, Francisco Renato. **Motivações para o empreendedorismo**: necessidade versus oportunidade. RAC-Revista de Administração Contemporânea, v. 18, n. 3, 2014.

VERGARA, Sylvia Constant. **Gestão de pessoas**. 12ª ed. São Paulo: Atlas, 2012.

VERGARA, Sylvia Constant. **Gestão de pessoas**. 16ª ed. São Paulo: Atlas, 2016.

VERGARA, Sylvia Constant. **Tipos de pesquisa em administração**. FGV/ebap. Cadernos Frap nº 52, 1990. Disponível em:<
http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/12861/000055299_52.pdf?sequence=1>. Acesso em: 08 set. 2017.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2000.

VIEIRA, Saulo Fabiano Amâncio et al. Ensino de empreendedorismo em Cursos de Administração: um levantamento da realidade brasileira. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 12, n. 2, p. 93-114, 2013. Disponível em:<<http://www.fumec.br/revistas/facesp/article/view/1377>>. Acesso em: 08 mar. 2017.

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

1 AVALIAÇÃO ESPECÍFICA

QUAL MOTIVO TE FAZ PERMANECER NA ATIVIDADE RURAL?

Marque X na sua avaliação para cada item abaixo.

Fatores	Não é motivo	Motivo fraco	Motivo forte
Para ajudar no crescimento da economia do país.			
Devido à paixão pela atividade rural.			
Para manter a tradição familiar.			
Para ser respeitado e admirado na região.			
Para ser um dos melhores produtores da região.			
Para estar mais perto família durante o trabalho.			
Para possuir boas amizades.			
Para ter pouco risco de falir.			
Para construir herança para família.			
Para ter uma alimentação mais saudável.			
Para possuir moradia adequada.			

2 PERFIL DA AMOSTRA

GÊNERO:

() Masculino

() Feminino

IDADE: _____

ESCOLARIDADE

() Ensino fundamental

() Ensino médio

() Ensino superior

ESTADO CIVIL:

- () Solteiro(a)
() Casado(a)
() Separado(a)
() Divorciado(a)
() Viúvo(a)

Filhos: _____

Tamanho da propriedade (hectares):

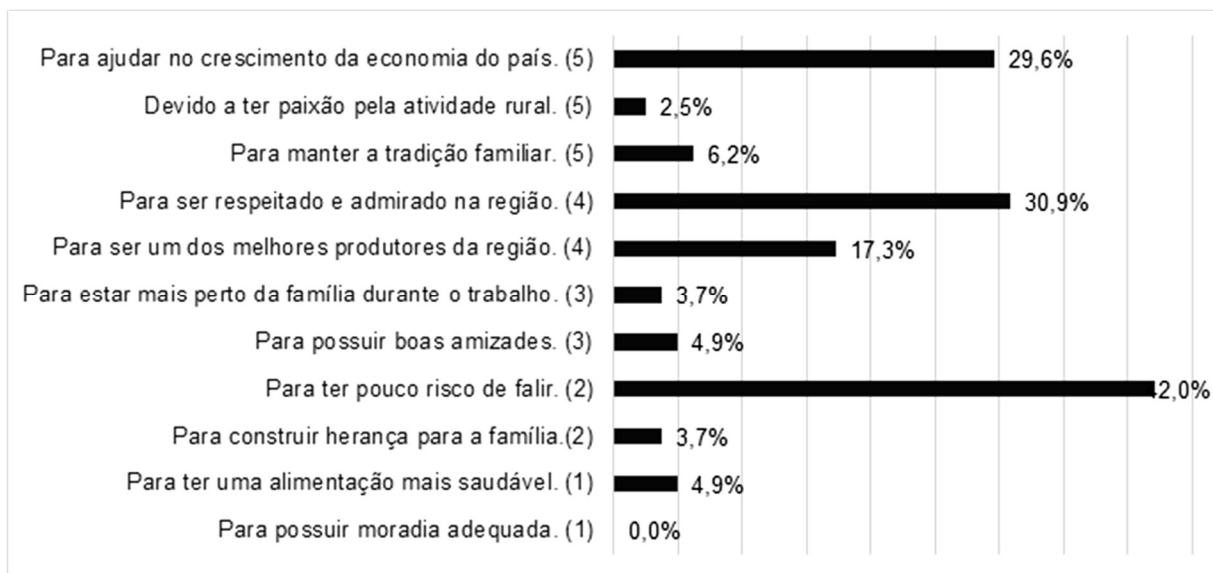
Há quanto tempo a propriedade pertence à família?

PRINCIPAIS PRODUÇÕES

1. _____
2. _____

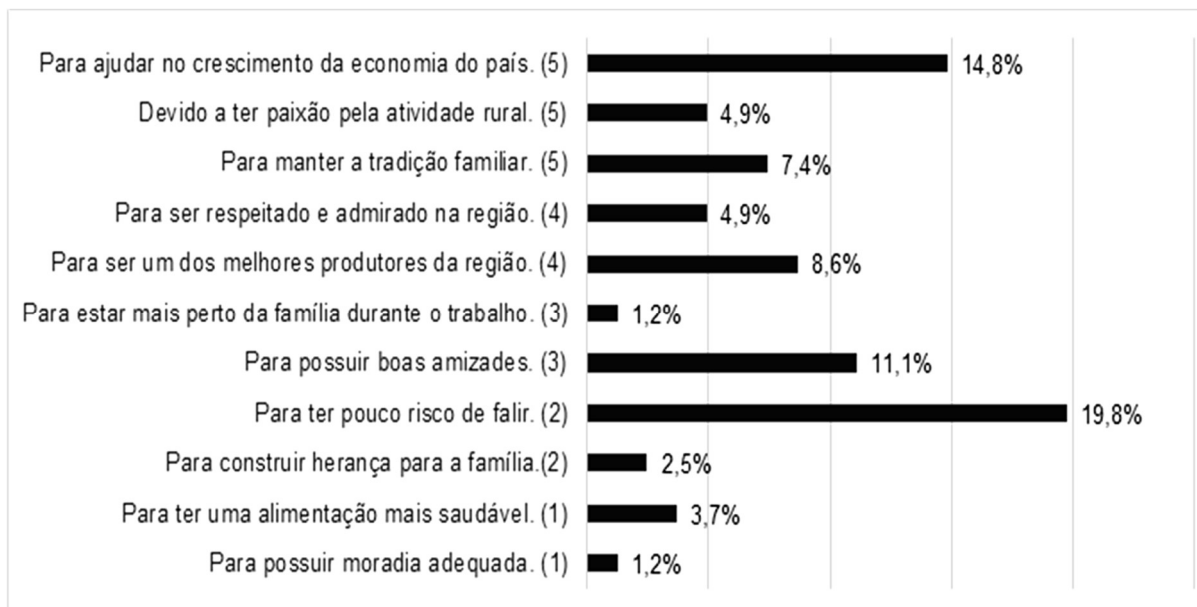
APÊNDICE B - GRÁFICOS COMPLEMENTARES DA ANÁLISE

Gráfico 2 – Percentuais obtidos com a resposta não é motivo



Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa (2017).

Gráfico 3 – Percentuais obtidos com a resposta motivo fraco



Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa (2017).