



## O PERFIL EMPREENDEDOR DO CRIADOR DE CAVALO CRIOULO NO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

[anapadilha@upf.br](mailto:anapadilha@upf.br)

*APRESENTAÇÃO ORAL-Agricultura Familiar e Ruralidade*

**PALOMA DE MATTOS<sup>1</sup>; RENATA GONÇALVES RODRIGUES<sup>2</sup>; ANDREA POLIDORI CELIA<sup>3</sup>; KLEITON DOUGLAS SAGGIN<sup>4</sup>; ANA CLAUDIA MACHADO PADILHA<sup>5</sup>.**

**1,2,3,4.UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL, PORTO ALEGRE - RS - BRASIL; 5.UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO, PASSO FUNDO - RS - BRASIL.**

## O Perfil Empreendedor do Criador de Cavalos Crioulos no Estado do Rio Grande do Sul

**Grupo de Pesquisa: Agricultura Familiar e Ruralidade**

### Resumo

O empreendedorismo tem sido debatido como impulsionador na transformação de idéias em oportunidades de negócios. E neste sentido, a capacidade inovar, criar e assumir riscos são algumas características apontadas como primordiais em um empreendedor. Assim, o estudo tem como objetivo identificar o perfil empreendedor dos criadores de cavalos crioulos do estado do Rio Grande do Sul. O estudo é do tipo exploratório, compreendido como uma pesquisa-diagnóstico na qual foram entrevistados onze criadores de cavalos crioulos que participaram da 32ª Edição da Exposição Internacional de Animais – Expointer. Verificou-se que os criadores de cavalos crioulos são pessoas com boa formação com bom nível socioeconômico e cultural. A principal motivação que levou os pesquisados a empreender no setor foi o amor pelos cavalos, transmitido de geração para geração, conferindo-lhes tradição familiar. O tempo dedicado à atividade e a inovação introduzidas na criação do crioulo demonstram as características empreendedoras dos investidores. Por fim, percebe-se que, ao identificarem uma oportunidade na criação da raça crioula, que apresenta características e valores específicos, como adaptabilidade para diferentes climas, morfologia adequada para competições e realização de atividades no campo, os investidores perceberam uma oportunidade e utilizaram-se de suas habilidades para desenvolver o negócio.

**Palavras-chaves:** Empreendedorismo; Equideocultura; Agronegócios.

### Abstract

Entrepreneurship has been discussed as a propelling in transforming ideas into business opportunities. The ability to innovate, create and take risks are some characteristics identified as essential in an entrepreneur. Thus, the study aims to identify the entrepreneurial profile of horse breeders of Rio Grande do Sul. The study is exploratory, understood as a research diagnosis in which we interviewed eleven Crioulo horse breeders who participated in the 32nd edition of the Exposição Internacional de Animais do Rio Grande do Sul - Expointer. It was



found that the Crioulo horse breeders are well-educated people, good socioeconomic and cultural level. The main motivation that led the respondents to undertake in the sector was the love of horses, passed down from generation to generation, giving them a family tradition. The time devoted to activity and innovation introduced in the creation of Crioulo demonstrate the characteristics of entrepreneurial investors. Finally, it is perceived that, by identifying an opportunity in breeding Crioulos, which has specific characteristics and values such as adaptability to different climates, morphology suitable for competitions and conducting field activities, investors saw an opportunity and used it is their ability to develop the business.

**Keywords:** Entrepreneurship; Equideocultura; Agribusiness.

## 1 INTRODUÇÃO

No Brasil a criação de equinos sempre teve papel importante para desenvolver o setor econômico, estando relacionada à geração de força motriz para os cultivos e trabalho de lida para a criação de gado. Essa atividade está intimamente relacionada à pecuária. Os primeiros exemplares da espécie a entrarem no Brasil foram advindos de colonizadores portugueses na Bahia, sendo que, em todo o Brasil a entrada desses animais foi feita em dois diferentes canais geográficos pelo norte com os colonizadores portugueses e pelo Rio Grande do Sul com as missões jesuíticas. Gerando assim características diferentes nos animais atualmente encontrados e para o setor econômico de cada região.

Com o início do ciclo de mineração em Minas Gerais, a criação de cavalos no Rio Grande do Sul ganhou importância, transformando-se em principal fornecedor de equídeos e bovinos para as demais regiões. A comercialização era realizada em feiras, existindo assim o contato direto do comerciante e o consumidor (destacando-se Sorocaba). No caminho das rotas de tropeiros foram criados diversos povoados, tornando o território do sul do país mais coeso economicamente (CEPEA, 2006).

A criação e utilização de equídeos ocupa posição de destaque nos países desenvolvidos e muitos em desenvolvimento como o Brasil, no entanto pouco se conhece sobre a configuração do agronegócio dos mesmos, particularmente a sua contribuição nas geração de renda e de postos de trabalho. Além de sua ligação com a pecuária comercial, a atividade possui uma forte inter-relação com setores ligados ao lazer, à cultura, ao esporte e ao ecoturismo. O Brasil possui o terceiro maior rebanho equino do mundo, com 5,9 milhões de cabeças, ficando atrás apenas do México e da China (FAO, 2003). Os Estados da Região Sul ocupam posição de destaque na criação de equinos no Brasil, em especial na criação da Raça Crioula. No Rio Grande do Sul dos quatrocentos e cinquenta mil equinos pertencentes ao estado, cento e noventa e cinco mil são da raça crioula registrados o equivalente a 43% do rebanho estadual.

A necessidade de identificar o perfil empreendedor em diversos setores está embasada na compreensão do comportamento dos indivíduos, que se propõe a criar algo novo. Na visão de Ronstadt (1985) este processo perpassa pela tomada de decisão, transformação de mecanismos econômicos e sociais em recursos e situações para proveito prático, além da iniciativa de assumir os riscos do sucesso ou do fracasso. Assim ao analisar a história recente



do setor de equinos e principalmente da Raça Crioula percebemos a evolução de atividades novas no setor, além de elementos inerentes ao empreendedorismo que indicam a necessidade de identificar o perfil dos criadores.

Segundo a Associação Brasileira dos Criadores de Cavalos Crioulos, em Junho de 2009, o sul do Brasil representou 95% da produção total de Cavalos Crioulos, com destaque para o Rio Grande do Sul, berço da Raça Crioula com 85% (ABCCC, 2009). Neste sentido, devido a evidência do Cavalos Crioulos no Brasil é que este estudo tem como objetivo identificar o perfil empreendedor dos criadores de cavalos crioulos do estado do Rio Grande do Sul.

## 2 REVISÃO DA LITERATURA

No cenário de grande importância do Cavalos Crioulos no agronegócio gaúcho e brasileiro e a inserção do mesmo de maneira significativa também em atividades não-pecuárias como esporte, ecoturismo, prestação de serviços, e, considerando que o Rio Grande do Sul concentra 85% da produção nacional de Cavalos Crioulos, é de absoluta relevância uma pesquisa que identifique o caráter empreendedor no perfil dos criadores desta raça.

O termo empreendedorismo surgiu na segunda metade do século XVIII e no início do século XIX, por meio dos economistas Richard Cantillon (1755) e Jean Baptiste Say (1803). Esses estudiosos não estavam preocupados apenas com a macroeconomia, mas também com as organizações, com o gerenciamento de negócios e a criação de novos empreendimentos. Em comum, ambos consideravam os empreendedores pessoas dispostas a correr riscos, pois investiam dinheiro próprio (ALVES; NATAL, 2007).

Segundo Dolabela (1999), foi Jean Baptiste Say, economista francês, que usou pela primeira vez o termo “empreendedor” em um ambiente científico, por volta do ano de 1803, como denominação da pessoa que transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixo para um setor de produtividade mais elevado e de maior rendimento. Ainda de acordo com Say, o empreendedor reúne todos os fatores de produção e descobre no valor dos produtos a reorganização de todo capital que ele emprega, o valor dos salários, os juros, o aluguel pago, bem como os lucros que lhe pertence. Além disso, também designou como empreendedor, o indivíduo que assumisse o risco de criar um novo empreendimento.

Em termos acadêmicos, de acordo com Sánchez, Criado e Martínez (2008), o empreendedorismo é uma área de pesquisa que tem se desenvolvido consideravelmente e com grande nível de detalhamento em anos recentes, oferecendo potencial considerável para pesquisas futuras. Conforme os mesmos autores, a partir do final dos anos 1980, o crescimento da literatura sobre o tema tem ajudado às organizações a entender os processos organizacionais que facilitam o comportamento empreendedor.

O conceito de empreendedorismo tem sido muito difundido no Brasil, nos últimos anos, intensificando-se no final da década de 1990. Existem vários fatores que talvez expliquem esse repentino interesse pelo assunto, já, que, principalmente nos Estados Unidos, onde o capitalismo tem sua principal caracterização, o termo *entrepreneurship* é conhecido e referenciado há muitos anos, não sendo, portanto, algo novo ou desconhecido (DORNELAS, 2008).

Segundo Alves e Natal (2007), empreendedorismo é a característica de quem tem habilidade para criar, renovar, modificar, implementar e conduzir empreendimentos



inovadores. Conforme estes autores, por definição, empreendedorismo envolve, explícita ou implicitamente a idéia de inovação. Nesse sentido, Hisrich e Peters (2004) consideram o empreendedorismo como um processo de criar algo diferente, dedicando o tempo e o esforço necessário, assumindo os riscos financeiros, sociais e psicológicos correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação pessoal e econômica.

Já para Dornelas (2008), empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de idéias em oportunidades. Ronstadt (1985) corrobora ao apontar o empreendedorismo como um processo dinâmico, cuja finalidade é criar algo novo e com valor agregado.

Empreendedorismo também pode ser conceituado como o processo de descobrir e desenvolver oportunidades em ordem de criar valor para uma organização já existente ou para uma nova organização (BRENKERT, 2009). O mesmo autor postula que o empreendedorismo é mais do que inovação e criatividade, postulando que a facilitação de mudanças deve estar no cerne da ação empreendedora.

Para Sánchez, Criado e Martínez (2008), empreendedorismo é um conceito multidimensional, englobando a escolha de produtos e mercados, inovação tecnológica e pró-atividade. Esses autores consideram essas dimensões essenciais para a inovação e criação de novos negócios. E criar novos negócios, significa que a organização expande suas atividades em mercados correntes ou em novos mercados.

Uma definição que engloba aspectos de todos os conceitos supracitados é postulada por Kuratko e Audretsch (2009), os quais afirmam que empreendedorismo é o processo dinâmico de visão, mudança e criação. Requer a aplicação de paixão e energia em direção à criação e implementação de novas idéias e soluções criativas. Os mesmos autores também conceituam empreendedorismo como o processo dinâmico de criação de riqueza incremental. Esta riqueza é provida por indivíduos, os empreendedores, que assumem os maiores riscos em termos de equidade, comprometimento de tempo e carreira para proverem valor em produtos e serviços. Segundo os mesmos autores, o grau de ação empreendedora de uma organização em termos de inovação, aceitação de risco e pró-atividade está relacionado à gestão estratégica.

Dornelas (2008) defende que é oportuno um estudo mais profundo a respeito do conceito de empreendedorismo, tendo em vista que a maioria dos negócios criados no Brasil é concebida por pequenos empresários, os quais nem todos dominam conceitos de gestão de negócios, atuando geralmente de maneira empírica e sem planejamento estratégico. Segundo o mesmo autor, isso se reflete diretamente no índice de mortalidade das pequenas empresas que, em alguns casos, superam os 50% nos primeiros anos de atividade. Recentemente esse quadro vem se modificando, mostrando uma evolução do empreendedorismo nacional, como mostra um estudo publicado pelo SEBRAE em agosto de 2007 sobre a mortalidade das micro e pequenas empresas brasileiras constituídas no período de 2003 a 2005. Nessa pesquisa, dados revelam que o percentual de empresas de pequeno porte que sobrevive pelo menos dois anos passou de 50,6% em 2002 para 78% em 2005, ou seja, 27,4% mais MPEs (micro e pequenas empresas) permanecem em atividade. São números similares a países como Austrália, Inglaterra, Cingapura, Estados Unidos, Itália e Finlândia, todos com índices de sobrevivência superiores a 70% (DORNELAS, 2008).

Segundo o mesmo autor, apesar de a estatística recente mostrar uma evolução no índice de sobrevivência destas organizações, o empreendedor precisa ficar atento ao ambiente



de negócios, que ainda não é dos mais convidativos no Brasil, e sempre buscar desenvolver de forma contínua, pois a concorrência aumenta conforme melhoram as condições para se empreender, como tem ocorrido nos últimos anos no Brasil, devido à estabilidade econômica e também ao maior preparo dos empreendedores, que tem atualmente mais acesso a informação e possibilidades de formação/capacitação para melhor gerir seus negócios.

Quanto ao conceito de empreendedor, existem muitas definições, se destacando a de Schumpeter (1984) que postula ser o empreendedor aquele que promove a destruição criativa da ordem econômica existente, introduzindo novos produtos e serviços, criando novas formas de organização e também explorando novos materiais e recursos, criando também novos mercados. Na ótica de Leibenstein (1968), o indivíduo que possui a capacidade de associar e complementar o conjunto ideal de insumos (*inputs*) indispensáveis para determinado processo produtivo, complementando vazios, compreendem as características distintivas dos empreendedores. Que na concepção de Dornellas (2008), fazem as coisas acontecerem, se antecipam aos fatos e tem uma visão futura da organização.

Para Vale, Wilkinson e Amâncio (2008) o empreendedor é o indivíduo que consegue agregar valor à atividade produtiva, intermediando as conexões entre as outras, através da capacidade de explorar novas oportunidades que na concepção de Brenkert (2009), compreende a possibilidade de criar algo novo na sociedade, algo original, singular, que vem de encontro ao preenchimento de uma necessidade latente nos consumidores.

Já segundo Kirzner (1973), empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, encontrando posição positiva e clara em um ambiente de turbulência e caos, ou seja, identifica oportunidades na ordem presente. Este autor também é enfático em afirmar que o empreendedor é um exímio identificador de oportunidades, sendo um indivíduo atento às informações, sabedor de que tem melhores chances com o aumento do conhecimento.

Dentre as características comportamentais que considera relevante em um empreendedor, Farrel (1993) destaca o bom conhecimento sobre o produto e o mercado, saber conduzir as pessoas e estimulá-las, focar no produto e no cliente, além de ser estrategista. Já para Kuratko e Audretsch (2009), dentre os ingredientes essenciais para o empreendedor estão a boa vontade em encarar riscos calculados, formular uma equipe efetiva para lidar com riscos, combinar os recursos necessários, construir um sólido plano de negócios e finalmente, a visão para reconhecer oportunidades, onde outros só enxergam caos, confusão e contradição. Vale, Wilkinson e Amâncio (2008), pontuam que o empreendedor age conectando recursos dispersos, porém conhecidos, identificados em grupos sociais ou redes distintas, utilizando-se para tanto de conexões e contatos privilegiados.

Cabe destacar, como defende Schumpeter (1984), que o empreendedor também pode inovar dentro de negócios já existentes; ou seja, é possível ser empreendedor dentro de organizações já constituídas. Nesse caso, segundo Dornelas (2008), é conveniente aplicar o termo empreendedorismo corporativo. Portanto, tanto em uma nova organização como naquelas já existentes, o empreendedor é o profissional que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados.

Ainda em termos de conceitos e características do empreendedor, Mintzberg e Quinn (2001) em seus estudos sobre estratégias apresentaram dez escolas, entre as quais, uma denominada de Escola Empreendedora, onde a organização é vista sob a perspectiva do líder e suas ações para obter resultados. O conceito central dessa escola empreendedora é a visão, uma representação mental de estratégia criada na mente do empreendedor. As principais

características do empreendedor, segundo esses mesmos autores são: busca de oportunidades; centralização do poder; uso de ações de risco onde a organização pode obter ganhos; e crescimento como meta principal, caracterizado pela necessidade de realização.

Portanto, para Schumpeter (1985), a verdadeira concorrência verificada na economia capitalista não é exercida entre pequenas firmas que produzem a mesma mercadoria, mas de fato é ocorrente entre as firmas inovadoras, responsáveis por produtos novos, em substituição aos antigos. Este processo concorrencial foi chamado por Schumpeter de “destruição criativa”, com a qual se evidencia que a concorrência efetiva é dada pelos efeitos que as inovações fazem incidir sobre as firmas existentes.

De acordo com Dornelas (2008), em qualquer conceito de empreendedorismo encontram-se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor, que poderiam caracterizar o perfil empreendedor: iniciativa para criar um novo negócio e paixão por sua área de atuação; utilização de forma criativa dos recursos disponíveis, propiciando transformações no ambiente social e econômico onde está inserido; além de reconhecer a possibilidade de fracasso e aceitação em assumir riscos calculados.

Ainda em termos de perfil empreendedor, Alves e Natal (2007) estabelecem um quadro, com características e traços do empreendedor, conforme pode ser observado na Figura 1.

CARACTERÍSTICAS/ATRIBUTOS	TRAÇOS
Confiança	Confiança, individualidade, independência, otimismo.
Orientação para resultado/tarefa	Necessidade de realização, orientação para o lucro, persistência, perseverança/determinação, energia,
Riscos	Gosto por desafios, habilidade em assumir riscos calculados.
Liderança	Comportamento inerente ao líder: boa convivência, abertura à críticas e sugestões.
Originalidade	Inovador, criativo, flexível, versátil, informado.
Orientação para o futuro	Percepção.

**Figura 1: Características e traços do empreendedor.**

Fonte: Alves e Natal (2007).

O processo empreendedor envolve todas as atividades, funções e ações associadas com a criação de novas organizações. Primeiramente, o empreendedorismo envolve o processo de criação de algo novo, de valor. Em segundo lugar, requer comprometimento de tempo e o esforço necessário para desenvolver a organização. E em terceiro, que riscos calculados sejam assumidos e decisões críticas tomadas; é necessário ousadia e ânimo, a despeito de erros e falhas que ocorram (DORNELAS, 2008).

Segundo o mesmo autor, a decisão de tornar-se empreendedor pode ocorrer aparentemente por acaso. Isso pode ser testado, fazendo-se uma pergunta básica a qualquer empreendedor: o que o motivou a criar sua organização? O autor afirma que essa decisão é

influenciada por diversos fatores, quais sejam externos, ambientais, sociais, bem como pela aptidão pessoal, aliado também a um somatório de todos esses fatores.

Em Dornelas (2008), Hisrich (1998) propõe uma representação do processo empreendedor, que pode ser visualizado na Figura 2.



Figura 2: O processo empreendedor, segundo Hisrich (1998).

Fonte: Dornellas (2008).

O processo de iniciar um novo empreendimento está associado diretamente ao processo de empreender, no qual se assume um papel muito maior do que a mera resolução de um problema em uma posição administrativa normal, pois o empreendedor deve encontrar, avaliar e desenvolver uma oportunidade que supere as forças de resistência à criação de algo novo (HISRICH; PETERS, 2004).

Corroborando este raciocínio, Souza (2001) postula sobre a importância do desenvolvimento de uma consciência para a formação de pessoas disseminadoras da inovação; característica básica para a formação de empreendedores. De acordo com a mesma autora, um indivíduo que continua a aprender em decorrência das oportunidades de negócios e a tomar decisões que objetivam a inovação, desempenha um papel empreendedor.

Além disso, o empreendedorismo possui uma natureza dual. Se por um lado olha para projetos ou produtos dentro do conjunto de oportunidades que o empreendedor visualiza ou pode criar, por outro lado, considera as formas organizacionais que o empreendedor deve usar ou criar para realizar seus produtos ou oportunidades. Isso representa uma dimensão criativa dupla que deve ser empreendida (BRENKERT, 2009).

Segundo Anokhin e Schulze (2009), o empreendedorismo é largamente visto pelos pesquisadores como conduto chave para o crescimento econômico das nações. Em termos de desenvolvimento econômico, segundo os mesmos autores, há vários relatos na literatura de uma relação positiva entre empreendedorismo e desenvolvimento econômico para as nações desenvolvidas. Nos países em desenvolvimento, caso do Brasil, mais pesquisas para corroborar essa idéia se fazem necessárias, justificando também o presente estudo.

Finalmente, o empreendedorismo está associado à inovação e o empreendedor é o inovador que possui características, como, liderança, criatividade, persistência, iniciativa, flexibilidade, habilidade em conduzir situações, habilidade em utilização de recursos (SOUZA, 2001). Corroborando essa idéia da necessidade de perfil empreendedor associado à inovação, Anokhin e Schulze (2009) postulam que a busca de oportunidades inovadoras é caracterizada pela presença de incerteza e assimetria de informação que derivam do fato de que a inovação compreende combinações novas, não testadas previamente de relações meios-fins.

Assim, no agronegócio do Cavallo Crioulo, baseando-se nos conceitos apresentados de empreendedorismo e de empreendedor, também é importante a identificação das características/traços, verificando a presença ou não do perfil empreendedor, bem como a identificação das várias etapas do processo de empreender neste complexo produtivo. Tudo isso objetivando identificar se, o criador de Cavallo Crioulo no Rio Grande do Sul possui ou não perfil empreendedor.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este trabalho é considerado do tipo exploratório, compreendido como uma pesquisa-diagnóstico, que se caracterizou pelo levantamento de dados através de categorias de análise previamente determinadas, onde se buscou conhecer o perfil dos criadores de cavalos crioulos que participaram da 32ª Edição da Exposição Internacional de Animais (Expoiner), realizada anualmente na cidade de Esteio, no estado do Rio Grande do Sul.

Segundo Gil (1999) a pesquisa exploratória tem como principal finalidade desenvolver, esclarecer, e modificar conceitos e idéias, tendo em vista, a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores, envolvendo levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudos de caso.

Para a pesquisa primária, como instrumento de coleta de dados, foi elaborado um questionário composto por 22 perguntas abertas e fechadas. As perguntas foram elaboradas buscando identificar o perfil e as características empreendedoras dos criadores de cavallo crioulo. Na pesquisa secundária foram utilizados dados da ABCCC, periódicos nacionais e internacionais e sites relacionados ao assunto.

A amostra foi do tipo não probabilística por conveniência e por julgamento. Para Mattar (1996, p. 132), a amostragem não probabilística é “aquela em que a seleção dos elementos da população para compor a amostra depende ao menos em parte do julgamento do pesquisador ou do entrevistador no campo”. Uma amostra não probabilística por conveniência caracteriza-se quando o pesquisador seleciona membros da população mais acessíveis e; uma amostra não probabilística por julgamento, quando o pesquisador utiliza seu julgamento para selecionar os membros da população que são boas fontes de informação precisa (SCHIFFMAN; KANUK, 2000). Foram entrevistados 11 criadores de cavalos crioulos que frequentavam a Pista 18 da Expoiner, durante a prova de morfologia ocorrida no dia 01 de setembro de 2009.

A partir da literatura consultada e descrita para auxiliar a descrever o perfil dos criadores de cavallo crioulo foram selecionadas as seguintes categorias de análise para o estudo: motivação que o levou a ingressar no setor de equideocultura com cavalos crioulos; qual a relação com a equideocultura; tempo na atividade; se possui outros investimentos alem

de equinos; recebeu prêmios; se considera uma pessoa criativa e inovadora; possui capacidade de comunicação e persuasão; em um mês, quantos dias dedica a equideocultura; se considera uma pessoa organizada; possui ajuda profissional ou familiar para administrar seus negócios de equídeos; costuma pesquisar, estudar ou frequentar eventos para se atualizar sobre as atividades da equideocultura; qual a maior qualidade como profissional; qual o maior defeito como profissional; investiu em algum negócio que não deu certo; trabalha nos finais de semana; e, se possui conhecimentos de gestão.

Quanto à análise dos dados coletados nos questionários, os procedimentos adotados foi a análise interpretativa. Conforme Triviños (1987) a análise interpretativa possibilita a análise dos dados coletados à luz da revisão da literatura selecionada.

## **4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

### **4.1 O complexo Agroindustrial do Cavalo no Brasil**

O setor da equinocultura ainda é carente de dados sistematizados. No Brasil o documento mais completo de análise para o setor foi publicado em 2006, a pesquisa foi conduzida pelo Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada da ESALQ/USP (CEPEA) encomendada pela Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA) que tinha o objetivo de: configurar o Complexo do Agronegócio Cavalo no Brasil, dimensionar a importância econômica e social do Complexo do Agronegócio Cavalo, analisar aspectos institucionais mais importantes do setor, visualizar a estrutura e desempenho das organizações do Complexo do Agronegócio Cavalo; e, identificar os principais grupos de interesse organizados no âmbito do Complexo do Agronegócio Cavalo. Para cumprir esses objetivos foram feitas entrevistas com criadores, empresas, associações e conhecedores do setor (CEPEA, 2006). Novos dados científicos sobre a equideocultura no Brasil ainda não foram publicados, sendo esse relatório utilizado para caracterizar o setor nesse artigo.

Ao identificar e analisar as relações e interações de quase 30 diferentes agentes e/ou segmentos envolvidos com a “indústria do cavalo” o estudo propõem uma concepção inédita para a compreensão da atual estruturação desta importante atividade. Ao contrário de muitas atividades agropecuárias, o agronegócio que envolve o cavalo não se enquadra na estrutura padrão, de cadeia produtiva linear. Na realidade, existe uma série de cadeias entrelaçadas, formando o que é denominado complexo agropecuário (Figura 3).

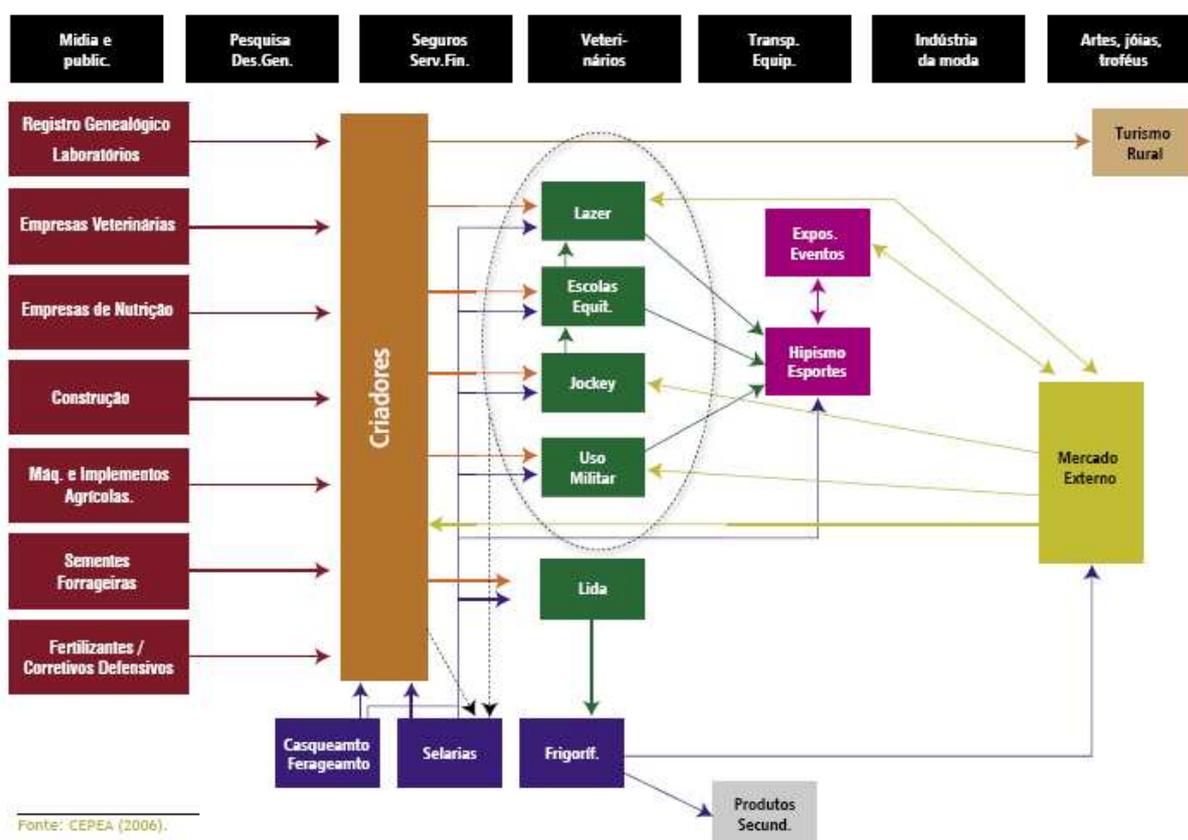
O estudo separa as atividades relacionadas a equideocultura em antes, dentro e pós porteira dos criadores e atividades de apoio.

As atividades antes da porteira são: mercado de medicamentos veterinários, mercado de rações e alimentos para equinos, selaria e acessórios, casqueamento e ferrageamento, transporte de equinos, educação e pesquisa sobre equinos, mídia e publicações especializadas no setor, serviços de medicina veterinária, insumos e acessórios para pastagens, equipamentos e acessórios para equitação, acessórios para esportes equestres, construções para manejo animal e prática de esportes, tecnologias e produtos para estábulos, equipamentos e serviços para eventos, entre outros.

As atividades dentro da porteira estão relacionadas às funções exercidas pelo animal como: cavalo militar, cavalo para lida, a equoterapia, esportes como pólo e provas funcionais

como o Freio de Ouro no RS, turismo rural e atividades equestres, escolas de equitação, jockey, exposições e eventos e o segmento consumidor que seriam animais que tem funções de prestar serviços comerciais e não de criação e lida.

Atividades Pós Porteira, dentro desse segmento se encontram: os Leilões, as Exportações e Importações de Cavalos Vivos, cavalos destinados para Carne e as atividades de apoio como Seguro, Instituições Financeiras, Serviços Veterinários.



**Figura 3: O complexo agroindustrial do Cavalo no Brasil.**  
 Fonte: CEPEA (2006)

As estimativas apresentadas, calculadas pelos pesquisadores do CEPEA, indicam que o complexo movimenta valor econômico superior a R\$ 7,5 bilhões anuais. Nas atividades analisadas, foram estimadas em cerca de 640.000 pessoas ocupadas. Considerando que cada emprego direto corresponde a quatro empregos indiretos, tem-se 3,2 milhões de empregos diretos e indiretos, relacionados ao cavalo no Brasil, conforme se pode observar na Tabela 1.

**Tabela 1: Atividades relacionadas ao complexo agroindustrial do cavalo e suas movimentações econômicas e empregos diretos**

Segmento	Movimentação econômica (R\$)	Empregos Diretos
Medicamentos Veterinários	54.142.630,20	300
Rações	53.440.000,00	n c
Selaria	174.600.000,00	12.000
Casqueamento e Ferrageamento	143.640.000,00	2.100
Transporte de Equinos	86.400.000,00	85
SENAR	976.000,00	30
Mídia	10.000.000,00	n c
Militar	176.000.000,00	6.286
Lida	3.954.275.000	505.050
Equoterapia	43.200.000,00	2.500
Esportes (hipismo)	57.600.000,00	2.000
Pólo	1.684.400,00	1.500
Vaquejada	164.000.000,00	1.430
Turismo Equestre	21.000.000,00	1.500
Escolas de Equitação	78.000.000,00	9.000
Jockey	359.500.000,00	4.000
Trote	1.000.000,00	150
Exposições e Eventos	146.100.000,00	n c
Segmento "Consumidor"	1.654.400.000,00	91.429
Leilões	19.100.000,00	200
Exp. e imp. de Cavalos Vivos	8.833.623,68	n c
Carne	80.000.000,00	1.000
Curtume	15.000.000,00	160
Seguro	2.500.000,00	n c
Veterinários	20.000.000,00	500
<b>Total</b>	<b>7.325.391.653,88</b>	<b>641.220</b>

Fonte: CEPEA (2006)

O estudo também traz uma caracterização do criador de cavalos com os seguintes resultados: (pode-se afirmar – ACHO Q NÃO PRECISA ESSA PALAVRA) que a criação nacional de equinos é desenvolvida predominantemente em áreas próprias – situação de cerca de 95% dos criadores entrevistados – sendo que o espaço efetivamente ocupado pelos equinos corresponde, em média, a 42% da área total da propriedade. O restante da área (58%) é ocupado com outras atividades, em especial com a criação de bovinos, tanto para corte quanto para leite.

Na maior parte das propriedades (75,68%), a criação de cavalos aparece como uma atividade secundária. Em geral, os seus proprietários são profissionais com atividade principal desenvolvida no setor urbano, tais como: médicos, advogados, empresários, entre outros. Este fato explica o baixo percentual de criadores que residem na propriedade onde ficam os cavalos (apenas 33,78%). Mesmo assim, a gerência, em grande parte, é realizada pelo proprietário. Apenas um terço dos proprietários delegam a administração a terceiros. O grau de instrução do administrador é elevado. A gerência das propriedades é executada destacadamente por pessoas na faixa etária de 41 a 60 anos. O tempo médio que os criadores estão na atividade de equinocultura está em torno de 14 anos.

#### 4.2 A Raça de Equinos Crioula no Estado do Rio Grande do Sul

O cavalo crioulo tem sua origem em raças ibéricas advindas da Europa na época dos descobrimentos, é documentada a entrada de equinos nas Américas a partir de 1493. Muitos animais foram libertados ou fugiram de diversos rebanhos, com o passar do tempo, se adaptaram as diversas regiões americanas criando os cavalos que hoje são conhecidos como o crioulo sulamericano e os *mustang* na América do Norte (ABCCC, 2008).

A raça Crioula tem como características a rusticidade devido a seleção natural no campo, a funcionalidade dos animais para provas, a docilidade, vivacidade e a coragem (PONS, 1993). Essas características foram selecionadas durante décadas para melhorar o trabalho na pecuária.

O cavalo crioulo é considerado um dos símbolos do estado do Rio Grande do Sul devido a sua fama e importância histórica para o estado. Sancionado, em 2002, o projeto de lei do Legislativo que inclui o cavalo Crioulo como animal símbolo do Rio Grande do Sul, reconhecido como patrimônio cultural do Estado. Uma das justificativas para escolha é que o Estado, atualmente (2009) possui 84% dos cavalos Crioulos do país.

A Associação brasileira de Criadores de Cavalos Crioulos - ABCCC tem sua criação em 28 de fevereiro de 1932. Com o intuito de identificar os animais da raça e evitar seu desaparecimento, manter os registros e organizar o stud book da raça e organizar eventos com os criadores para premiar os melhores animais (AFFONSO, CORREA 1992). Atualmente com 2495 associados (ABCCC, 2009). A ABCCC conta com quadro técnico para os registros e outras atividades como loja da marca e divulgação de eventos pelo site.

A prova mais importante da Expointer, grande feira agropecuária no Rio Grande do Sul, é o Freio de Ouro, que testa a função e avalia a morfologia do cavalo Crioulo para o trabalho no campo. No ano de 2006 completou esse evento completou 25 anos. No seu começo eram somente quatro etapas classificatórias e uma final, hoje se transformou em mais de 30 etapas credenciadoras, seis classificatórias no Rio Grande do Sul, uma fora do Estado (itinerante entre São Paulo, Paraná e Santa Catarina) e uma internacional no Uruguai, num total de oito, além da grande final em Esteio. Outra mudança foi a divisão em categorias de machos e fêmeas a partir de 1994 (ABCCC, 2009). Mostrando o crescimento da raça e do setor. No ano de 2009 o público presente na final da prova foi de 20 mil pessoas e transmitida pelo Canal Rural para todo o país.

Relacionando as atividades da raça crioula dentro do complexo agroindustrial do cavalo, ela participa de todos os aspectos relacionados e em todas as dimensões (antes, dentro e pós-porteira), principalmente no sul do Brasil onde quase metade da população equina é da raça crioula.

#### 4.3 Análise do Perfil do Criador de Cavalo Crioulo

Buscando analisar o perfil do criador de cavalo crioulo, a Tabela 2 apresenta aspectos que se relacionam aos estados onde se encontram os entrevistados, sua formação, o perfil da propriedade destinada para a atividade, assim como o tempo dedicado a ela e também o motivo que fomentou os investimentos no setor.

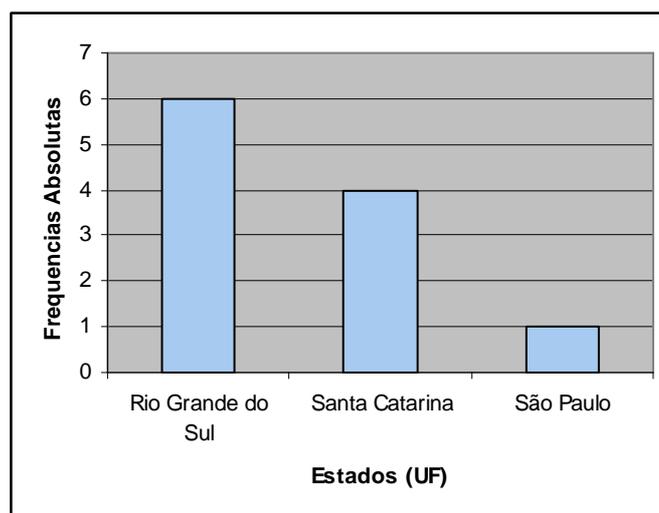
**Tabela 2: Perfil dos Criadores de Cavalos Crioulos**

	1	2	3	4	5	6
	Nome	UF (1)RS (2)SC (3)SP	Formação (1) 2º Grau (2) Graduação	Tamanho da Propriedade (Ha)	Tempo na Atividade (Anos)	Motivo no Setor (1)Amor (2)Tradição
1	Criador 1	1	1	20	12	1
2	Criador 2	1	2	500	46	2
3	Criador 3	1	2	175	28	1
4	Criador 4	1	1	1090	39	2
5	Criador 5	3	2	800	23	1
6	Criador 6	1	2	400	30	1
7	Criador 7	2	2	150	20	1
8	Criador 8	2	2	700	9	1
9	Criador 9	2	2	100	10	1
10	Criador 10	2	2	52	6	1
11	Criador 11	1	2	150	42	2

Fonte: Dados da pesquisa (2009).

De acordo com os dados coletados nota-se que na amostra coletada 54,5% dos entrevistados possuem a sede de seu empreendimento no estado do Rio Grande do Sul, seguido do estado de Santa Catarina com 36,4%. Esses resultados explicam principalmente pela origem da raça e também pela atual expansão dos criatórios em outros estados principalmente em Santa Catarina. A alta concentração de criadores de cavalos crioulos no Rio Grande do Sul se deve principalmente ao fato de o estado estar no topo do *ranking* dos criadores do Brasil.

Conforme se observa na Figura 4 que traz os estados produtores da raça, pode-se notar que a maioria dos criadores concentram-se na Região Sul do Brasil, especificamente no Estado do Rio Grande do Sul.

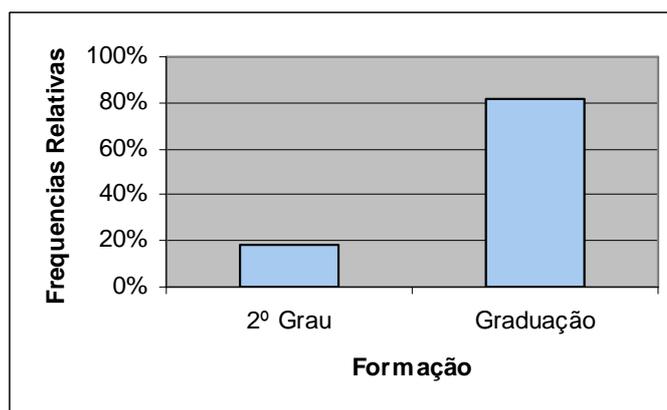


**Figura 4 - Localização dos Empreendedores Criadores de Cavalos Crioulos.**

Fonte: Dados da pesquisa (2009).

Quanto a formação escolar dos criadores, nove (82%) têm curso de graduação completo e dois (18%) possuem ensino médio completo, conforme histograma apresentado na

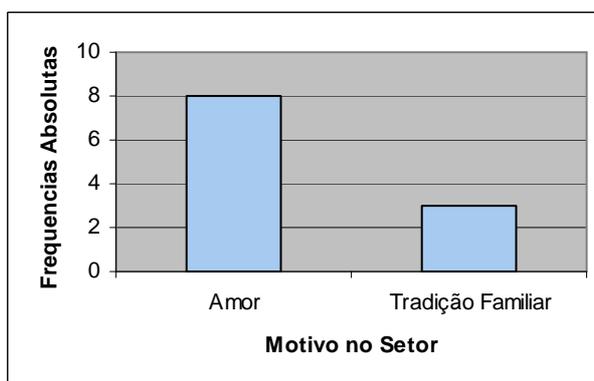
Figura 5. Esse fato denota que os criadores de cavalo crioulo apresentam um nível socioeconômico elevado e buscando estudar e também se profissionalizar. Dentre os graduados encontram-se agrônomos, administradores, advogados e economista. Já com relação às profissões percebe-se que todos os entrevistados possuem alguma atividade geradora de renda além da criação de cavalos como, por exemplo, comerciantes, executivos, industriários, professores entre outros.



**Figura 5 – Escolaridade dos empreendedores.**

Fonte: Dados da pesquisa (2009).

No que diz respeito ao motivo de ingresso ao setor o questionário apresentava as seguintes opções: amor pela raça crioula, tradição familiar, oportunidade de negócios e outros. Neste sentido foi possível observar que 73% dos criadores de cavalo entrevistados ingressaram na equideocultura por amor a raça crioula e 27% por tradição familiar. O cavalo crioulo não só se identifica com a história do gaúcho, como símbolo e tradição nos campos do Rio Grande do Sul, mas é também símbolo vivo da integração latino-americana sendo apreciado por criadores de cavalos de todo Brasil e do mundo (PL, 2002).



**Figura 6 - Motivos para o empreendedor ingressar no setor.**

Fonte: Dados da pesquisa

Entre os dados coletados foi questionado a relação dos entrevistados com a equideocultura sendo que as alternativas apresentadas foram: criação para lazer, investimento,

competição, vendas de serviços e outras. Considerando que a questão proporcionou aos entrevistados múltipla escolha, as alternativas que se destacaram foram: investimento e competição com sete ocorrências, criação para lazer com seis e por fim duas ocorrências para venda de serviços. A opção outras não foi selecionada.

Em relação ao título de propriedade em que é praticada a criação, todos os entrevistados possuem propriedades rurais, alguns além da terra própria têm áreas arrendadas. Com relação ao tamanho das propriedades em hectares foi constatado que tamanho médio foi de 376,09 ha. Neste caso como a relação de valores contém um valor extremo, a média não é uma medida muito representativa. A mediana (representa o valor da variável que ocupa a posição central da distribuição) nesta variável foi de 175 ha dando uma idéia muito melhor do tamanho provável da propriedade rural.

Quanto ao tempo de atividade na equideocultura a partir das análises das respostas identificou-se a média de 24 anos, sendo que o criador com menos experiência relatou seis anos e com mais experiência 46 anos. Neste sentido percebe-se que a maioria dos criadores entrevistados possuem larga experiência no setor, que de certa forma corrobora ao bom desempenho apresentado pelas propriedades.

Com relação aos investimentos em outros setores um entrevistado relatou investir apenas na criação de cavalo crioulo. Grande parte dos entrevistados (seis) indicou que também se dedica a bovinocultura e ovinocultura de corte.

No que se refere ao perfil dos entrevistados apenas um não se considera criativo e inovador, este por sua vez tem os seus negócios administrado pela filha. Para Souza (2001) a inovação é uma característica relacionada ao perfil empreendedor, bem como liderança, criatividade, persistência, iniciativa, flexibilidade, habilidade em conduzir situações, habilidade em utilização de recursos. Assim seis dos entrevistados consideraram-se comunicativos, e com bom poder de persuasão.

Também está atrelado ao empreendedorismo conforme Hisrich e Peters (2004), o tempo e esforço necessário tal como a satisfação pessoal e econômica proporcionada pela atividade. Dessa forma seis entrevistados dedicam-se todos os dias, três dedicam-se 15 dias e os demais sete dias por mês.

No que tange o fator organização nove entrevistados consideraram-se organizados, sendo que apenas dois consideraram-se pouco ou não organizados. Quando questionados se recebem ajuda na administração do negócio sete contam com familiares, principalmente esposa e filhos. Seis relataram receber auxílio de profissionais externos, principalmente gerentes, técnicos e funcionários. Apenas um relatou não receber ajuda de terceiros.

Ao serem indagados se já investiram em algum negócio que não deu certo, ou não prosperou, fora a criação de cavalos crioulos, apenas quatro respondentes afirmaram que já tiveram insucesso em outra atividade. O que denota a grande experiência e visão de negócios que os entrevistados possuem, pois a grande maioria jamais investiu em atividades que não conhecesse ou dominasse. Conforme é evidenciado pelas características do empreendedor, propostas por Alves e Natal (2007) onde a orientação para o futuro e a percepção dos empreendedores que não investiram em negócios “duvidosos”, mas ao mesmo tempo a atitude de assumir riscos, identificadas nos quatro entrevistados que afirmaram já terem se frustrado em outras atividades.

O perfil inovador, característica dos empreendedores, fica evidente ao se analisar que seis respondentes afirmaram já terem ganhado premiações no setor de equideocultura. E a

maioria dos prêmios recebidos, foi fruto de inovações que praticaram no setor, tais como lançamento de novos produtos, exploração de nova genética dos animais, novos manejos, entre outras. Conforme a literatura um atributo desejado no empreendedor é a originalidade, se refletindo em um traço do perfil inovador, criativo, versátil. Apenas um entre todos os entrevistados afirmou que não costuma pesquisar, estudar ou frequentar eventos para se atualizar sobre as atividades da equideocultura.

Outra análise feita dentro da pesquisa foi quais seriam as qualidades e defeitos que o entrevistado teria e que considerava importante para a criação de equinos. Esse questionamento era uma pergunta aberta sendo as respostas variadas e múltiplas. Sobre suas principais qualidades os entrevistados citaram os seguintes atributos: detalhista, credibilidade, a busca por informação, honestidade, amizade, sinceridade, criatividade e liderança, organização, ver a equideocultura como um negócio, seriedade nos negócios, persistência. Essas afirmações demonstram principalmente que os criadores por mais que considerem a criação como um *hobby*, assim como as relações dentro do meio aconteçam de forma transparente e amigável.

Com relação aos defeitos, foram citados: capricho extremo, teimosia, falta de comunicação, pessimismo, desorganização, não medir esforços financeiros para a criação, falta de tempo, comodismo, falta de agressividade. Esses atributos demonstram que os criadores entrevistados têm perfis diferentes e tem noção dos seus pontos fracos.

No que tange ao tempo dedicado, especificamente para a equideocultura, percebe-se de forma unânime todos os entrevistados afirmaram trabalharem todos os dias da semana, inclusive finais de semana, dedicando seu tempo aos cavalos. Neste sentido, este item demonstra, de acordo com Kuratko e Audretsch (2009), uma característica empreendedora nos criadores que vem a ser o comprometimento do seu tempo e da sua carreira profissional para promover valor nos seus produtos e serviços.

Outra característica apontada por todos os criadores foi quanto aos conhecimentos na área de administração de empresa e/ou gestão, ou seja, todos entrevistados afirmaram, de alguma forma, que possuem cursos e detém o conhecimento de como controlar, organizar, coordenar e dirigir uma organização.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

De acordo com as análises descritivas qualitativas e quantitativas, apresentadas nos quadros e nos histogramas, o estado do Rio Grande do Sul é o estado com o maior número de criadores de cavalo crioulo, é onde também encontram-se as maiores propriedades rurais do setor de equídeos. Nos dados expostos pode ser observado que no estado gaúcho estão os criadores com maior tempo na atividade de equideocultura, dado este que pode ser justificado pelo fato do Rio Grande do Sul ser berço da origem da raça crioula no Brasil.

Os criadores de cavalo crioulo demonstram que são pessoas com um nível de escolaridade maior que a média nacional, bom nível socioeconômico e cultural. A atividade exige bons conhecimentos assim como constante atualização sobre o setor devido à constante evolução dos medicamentos veterinários, seleção da genética a fim de garantir uma boa linhagem para a raça, que pode ser complementada com uma dieta nutricional adequada além de transporte e equipamentos adequados no tratamento dos animais.



Com relação ao motivo que levou os entrevistados a ingressarem na atividade, obteve grande destaque o amor pela raça crioula. Pode-se perceber que o amor pelos cavalos também é transmitido de geração para geração, conferindo a tradição familiar outra importante motivação para empreender no setor. O investimento não é a única alternativa apresentada, além da venda de serviços a atividade destaca-se pela alta competitividade da raça, que tem seu forte nas provas do Freio de Ouro disputadas na Expointer.

Possuir um cavalo premiado traduz-se em destaque não somente para o animal, mas para o criador, além de satisfação pessoal. Resultado do tempo dedicado a atividade, que foi identificado como fator fundamental pelos entrevistados. Fatores de inovação introduzidos no setor estão ligados a conquista dos prêmios. A introdução de tais ativos confere aos investidores o perfil empreendedor demandado pela atividade e este pode ser um fator impulsionador para o crescimento e desenvolvimento do setor.

Além desta, outras características inerentes ao perfil empreendedor, como a “paixão” pela atividade realizada, foi identificada nos entrevistados. Visto que a atividade apresenta desafios que não permitem encará-la apenas como um hobby, mas sim como um negócio. O resultado pode ser identificado a partir da expansão da atividade, pois atualmente a criação do cavalo crioulo está em diversos estados do Brasil e em diferentes países do mundo.

O cenário atual de expansão da atividade pode ser relacionado ao processo empreendedor. Ao identificar uma oportunidade na criação da raça crioula, que apresenta características e valores específicos, como adaptabilidade para diferentes climas, morfologia adequada para competições e realização de atividades no campo, os investidores perceberam uma oportunidade e utilizaram-se de suas habilidades para desenvolver o negócio. Entretanto não basta perceber uma oportunidade de negócio, o estilo de gestão e o gerenciamento são fatores primordiais para obtenção êxito.

## REFERÊNCIAS

- ANOKHIN, Sergey; SCHULZE, William S. Entrepreneurship, innovation, and corruption. **Journal of Business Venturing**, n. 24, p. 465-476, 2009.
- ALVES, Claudio; NATAL, João Carlos. Empreendedorismo e Plano de Negócios. In: SANTOS, Rubens da Costa (org.). **Manual de Gestão Empresarial: conceitos e aplicações nas empresas brasileiras**. São Paulo: Atlas, 2007.
- ESCOLA SUPERIOR DE AGRICULTURA LUIZ DE QUEIROZ. CENTRO DE ESTUDOS AVANÇADOS EM ECONOMIA APLICADA (CEPEA). **Estudo do Complexo do Agronegócio Cavalo no Brasil** / Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada da ESALQ, Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil. – Brasília: CNA; MAPA, 2006, 251p.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CRIADORES DE CAVALOS CRIOULOS – ABCCC. **Manual do Criador da Raça Crioula**. ABCCC, Pelotas, Agosto de 2008, 32p.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CRIADORES DE CAVALOS CRIOULOS – ABCCC. **Mateiro do Itapororó é o grande vencedor do freio de ouro nos machos**. Disponível em: <http://www.freiodeouro.com.br/noticias/287/> acesso 18 de setembro de 2009.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CRIADORES DE CAVALOS CRIOULOS – ABCCC **Histórico da ABCCC**. Disponível em: <http://www.abccc.com.br/historico.php> Acesso em: 18 de setembro de 09.



- AFFONSO, A., CORREA, S. **Cavalo Crioulo: uma história de raça**. Sagra-DC Luzzato editores, Porto Alegre, 1992.
- BRENKERT, George. Innovation, rule breaking and the ethics of entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, n. 24, p. 448-464, 2009.
- DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- FAO. **Agricultural Data** – FAOSTAT, 2003. Disponível em: <http://faostat.fao.org/faostat/collections?subset=agriculture> Acesso em: 10 de outubro de 2009
- FARREL, L. C. **Entrepreneurship: fundamentos das organizações empreendedoras**. São Paulo: Atlas, 1993.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de pesquisa social**. Editora Atlas. São Paulo, 1999.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- KIRZNER, I. **Competition and entrepreneurship**. Chicago: University of Chicago Press, 1973.
- KURATKO, Donald F.; AUDRETSCH, David B. Strategic Entrepreneurship: Exploring Different Perspectives of an Emerging Concept. **Entrepreneurship Theory and Practice**, p. 1-18, jan. 2009.
- LEIBENSTEIN, H. **Entrepreneur and development**. *The American Economic Review*, v. 58, n. 2, p. 72-84, 1968.
- MATTAR, F.N. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Atlas, 1996.
- MINTZBERG, H.; QUINN, J. B. **O processo da estratégia**. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- PL Nº 59/2002: **Inclui o Cavalo Crioulo como animal-símbolo reconhecendo-o, juntamente com o Quero-Quero, como patrimônio cultural do Estado do Rio Grande do Sul**. Autor: Frederico Antunes.
- PONS, D. S. **O Cavalo Crioulo: Seis décadas de experiência**. Editora Agropecuária, Guaíba, 1993. 141p
- RONSTADT, R. The Educated Entrepreneurs: A New Era of Entrepreneurial is Beginning. **Journal of Small Business Management**, v. 11, n. 4, 1985.
- SÁNCHEZ, Angeles Montoro; CRIADO, Marta Ortiz de Urbina; MARTÍNEZ, Ana M. Romero. The Decision to Use Alliances as Corporate Entrepreneurship: The Role of Resources and Skills. **Group Decis Negot**, n. 18, p. 431-448, nov. 2008.
- SCHIFFMAN, Leon G.; KANUK, Leslie Lazar. **Comportamento do consumidor**. 6. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.
- SCHUMPETER, Joel A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1984.
- SOUZA, E. C. L. A Disseminação da cultura empreendedora e a mudança na relação universidade-empresa. In: SOUZA, E. C. L. **Empreendedorismo: competência essencial para pequenas e médias empresas**. Brasília: Anprotec, 2001.
- TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987
- VALE, G. M. V.; WILKINSON, J.; AMÂNCIO, R. Empreendedorismo, inovação e redes: uma nova abordagem. **RAE – eletrônica**, v7 n. 1 Art. 7, jan./jun. 2008.