

Empreendedorismo rural feminino: mulheres na olivicultura da região sul do Rio Grande do Sul

Female rural entrepreneurship: women in olive growing in the southern region of Rio Grande do Sul

DOI: 10.55905/oelv21n7-051

Recebimento dos originais: 19/06/2023

Aceitação para publicação: 18/07/2023

Alessandra Bandeira da Rosa

Mestre em Desenvolvimento Territorial e Sistemas Agroindustriais pela Universidade Federal de Pelotas (UFPEL)

Instituição: Universidade Federal de Pelotas (UFPEL)

Endereço: Av Duque de Caxias, 1249, Bloco A Fragata, Pelotas – RS, CEP: 96030-003

E-mail: alereichow@gmail.com

Alisson Eduardo Maehler

Doutor em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Instituição: Universidade Federal de Pelotas (UFPEL)

Endereço: Rua Gomes Carneiro, 01, Centro, Pelotas, Campus Anglo, CEP: 96010-610

E-mail: alisson_eduardo@ufpel.edu.br

Gabrielito Rauter Menezes

Doutor em Economia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Instituição: Universidade Federal de Pelotas (UFPEL)

Endereço: Campus Universitário, s/n, Capão do Leão - RS, CEP: 96010-610

E-mail: gabrielitorm@gmail.com

RESUMO

O empreendedorismo feminino tem crescido em importância no Brasil e no mundo. Cada vez mais as mulheres assumem postos de liderança em empresas e abrem novos negócios. Na agricultura isso não é diferente. Contudo, são poucos os estudos sobre empreendedorismo feminino no agronegócio, em especial no cultivo de oliveiras. Assim, o presente artigo busca entender como atuam e quais oportunidades e barreiras das mulheres empreendedoras na olivicultura no Estado do Rio Grande do Sul, no Brasil. Através de uma abordagem qualitativa com método estudo de casos múltiplos, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com empreendedoras no cultivo de oliveiras em pequenas e grandes propriedades rurais no Brasil. Como principais resultados encontramos mulheres motivadas com a produção do seu produto, com alta escolaridade, que buscam conciliar família e trabalho e que não têm essa atividade como principal fonte de renda, mas encontram como barreiras o machismo, estradas precárias e baixa infraestrutura.

Palavras-chave: administração de empresas, economia regional, economia rural, economia agrícola, desenvolvimento econômico, agricultura.

ABSTRACT

Female entrepreneurship has grown in importance in Brazil and worldwide. More and more women assume leadership positions in companies and open new businesses. In agriculture this is no different. However, there are few studies on female entrepreneurship in agribusiness, especially in the cultivation of olive trees. Thus, this article seeks to understand how they act and what are the opportunities and barriers of women entrepreneurs in olive growing in the State of Rio Grande do Sul, Brazil. Through a qualitative approach with a multiple case study method, semi-structured interviews were carried out with entrepreneurs in the cultivation of olive trees in small and large rural properties in Brazil. As main results, we find women motivated by the production of their product, with high education, who seek to reconcile family and work and who do not have this activity as their main source of income, but find sexism, poor roads and poor infrastructure as barriers.

Keywords: business administration, regional economics, rural economics, agricultural economics, economic development, farming.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem mostrado nos últimos anos crescimento ao redor do mundo. Mesmo não estando entre os países mais competitivos, o Brasil possui uma taxa de empreendedores muito significativa, pois dados do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) apontam que o empreendedorismo total em 2019 foi de 38,7%, o que corresponde a 53,5 milhões de brasileiros entre 18-64 anos, que estão fazendo alguma atividade empreendedora no país.

No que se refere ao empreendedorismo feminino, somente na última década começaram a surgir estudos com abordagens mais críticas para a inclusão da mulher no mercado de trabalho, com enfoque nos impactos da qualidade de vida, as transformações do mundo de trabalho e as diferentes práticas e multiplicidade de papéis que elas devem apresentar como sujeitos relevantes, para além da prática empreendedora (Astorga, 2019).

No Brasil, a abertura de uma empresa tanto para homens (23,5%) quanto para mulheres (23,1%) tem uma igualdade numérica nos dados apurados pelo GEM (2019), mas as empresas femininas duram menos. Ainda são poucos os estudos das barreiras, dos

desafios e das desvantagens que estas mulheres têm para empreender e se manter nessa atividade. Também as razões para criar e manter o negócio dessas mulheres ainda são pouco explicadas pela literatura e este conhecimento é muito importante, pois pode exercer influência sobre o crescimento das empresas e influenciar políticas públicas para sua ampliação (Machado, 2013).

Já na área rural, o empreendedorismo demonstra uma relação com o desenvolvimento regional, ocasionando interesse dos estudiosos exatamente por esta razão. Assim, governos e instituições unem esforços com o intuito de conhecer e desenvolver o comportamento empreendedor no mundo rural (Maia; Gielda; Maia, 2019).

Em uma esfera menor, está a mulher empreendedora na atividade rural, que corresponde a pouco mais de 15% do total desses empreendedores rurais, conforme dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2019). Felisbino e Yamaguchi (2016) argumentam que “estudos afirmam que as mulheres podem contribuir para manter vivo o território rural e criar estruturas de produção, buscando o desenvolvimento local, a conservação do patrimônio agrícola, a inovação no processo agrícola” (Felisbino; Yamaguchi, 2016, p. 3).

Nos últimos anos, o protagonismo das mulheres no campo vem se destacando com a presença delas em movimentos políticos e em defesa da atividade econômica. Ainda estão à frente de espaços associativos e de negócios, tanto de propriedades agrícolas quanto de agroindústrias (Segabinazi, 2013). Uma das atividades agrícolas que vem aumentando significativamente no Rio Grande do Sul (RS) e no Brasil é a olivicultura, atividade que também está acolhendo a presença das mulheres.

Estudar o empreendedorismo rural feminino vai além de conhecer e identificar estas mulheres. É refletir e entender como elas chegaram até essa atividade, por meio de suas lutas históricas em busca de seu lugar no mercado de trabalho e de igualdade de gênero. Por meio de estudos e análises, podemos chegar a mulheres que estão se destacando no campo e vencendo as dificuldades e barreiras, mesmo em um ambiente predominante masculino e permeado de machismo e preconceito. Por meio de pesquisas e análises formulou-se o problema de pesquisa: Como empreendem as mulheres na

produção de olivicultura na região sul do Rio Grande do Sul atualmente? Quais as principais motivações e barreiras?

O objetivo geral deste estudo é analisar a atuação das mulheres empreendedoras da produção de olivicultura na região sul do Rio Grande do Sul, especificamente busca caracterizar o perfil das mulheres empreendedoras na olivicultura, analisar as razões por estarem empreendendo na olivicultura e identificar as barreiras enfrentadas pelas mulheres ao empreender no campo.

O presente trabalho foi organizado inicialmente com a introdução, são apresentados o problema, os objetivos da pesquisa e sua relevância. Em seguida, uma breve revisão teórica. Após, são descritos os procedimentos metodológicos, análise de dados e resultados e, por fim, as considerações finais.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 EMPREENDEDORISMO RURAL FEMININO

O trabalho feminino no Brasil passou por importantes transformações demográficas, culturais e sociais que tiveram grande impacto, como a queda da fecundidade, a redução no tamanho das famílias, o envelhecimento da população brasileira, com maior expectativa de vida e o aumento de famílias chefiadas por mulheres (Cielo; Wenningkamp; Schmidt, 2014). E ainda mudanças nos padrões culturais e nos valores relativos ao papel social da mulher alteraram a identidade feminina, cada vez mais voltada ao trabalho produtivo. Mas a inserção das mulheres no mercado de trabalho tem sido caracterizada através do tempo pela marca da precariedade, na maioria das trabalhadoras brasileiras. Mesmo com maior escolaridade e ocupando novos e promissores espaços no mercado de trabalho, elas permanecem submetidas a desigualdade de gênero e ganham menos que seus colegas de profissão masculinos (Bruschini; Pupin, 2004).

Como salienta Flaviano et al. (2019), é possível identificar elementos que aproximam as trajetórias de produtores rurais da realidade do empreendedorismo rural, especialmente no que diz respeito à inovação em processos de produção e distribuição de produtos. A restrição a correr riscos pode não ser uma característica comum entre

empreendedores rurais, mas a ruptura com técnicas tradicionais se destaca como um fator de sucesso. Dessa forma, o empreendedorismo rural é visto como uma ferramenta para a criação e distribuição de riquezas e o desenvolvimento socioeconômico. Porém não é abordado a questão de gênero no trabalho dos autores, sendo ainda um importante *gap* de pesquisa na questão rural brasileira.

De acordo com o estudo de caso realizado por Cháves et al. (2021), o "*mumpreneurship*¹", co-empendedorismo e o pensamento sustentável são alguns dos fatores que surgem em resposta ao ambiente no contexto do empreendedorismo feminino no Equador. Evidenciando os fatores contextuais que influenciam a identificação de oportunidades e a exploração de oportunidades empreendedoras, fornecendo assim um quadro importante para a configuração de políticas que apoiem cada uma das etapas dos processos empreendedores das mulheres.

Mancilla e Amorós (2015), investigam o impacto de diferentes fatores que influenciam a propensão ao empreendedorismo em uma amostra de pessoas no Chile. Dentre os fatores, os autores destacam os aspectos socioculturais e o gênero do indivíduo. Os resultados mostram que o fato de um indivíduo viver em uma cidade secundária diminui sua probabilidade de empreendedorismo. O impacto positivo que os modelos de referência têm é mais baixo em mulheres. Contrariamente ao que se esperava, o impacto negativo da percepção de medo de falha é menor em mulheres. Ressaltando a importância de se levar em consideração o fator gênero e a questão territorial para políticas públicas voltadas ao empreendedorismo.

Segundo Guo et al. (2022), a combinação dos fatores de capital é fundamental para o sucesso do empreendedorismo no turismo em destinos rurais. Os capitais humanos e físicos dos empreendedores são destacados como cruciais para a promoção do empreendedorismo no turismo rural. Além disso, as quatro configurações de capital oferecem diretrizes para a avaliação do potencial e possibilidade de empreendedorismo no turismo rural.

¹ O termo se refere a mulheres que buscam manter um equilíbrio entre trabalho e família.

Dentro deste contexto, Dieguez-Castrillon et al. (2012) sobre turismo rural, empreendedorismo e gênero: um estudo de caso na comunidade autônoma da Galiza (Espanha), chegaram à conclusão que as mulheres são mais motivadas a empreender por motivos econômicos, que a diversificação agrária é uma estratégia financeira e que ao contrário da maioria da literatura, os fatores índole social, familiar ou institucional, tanto para homens como para mulheres têm a mesma importância (Dieguez-Castrillon et al., 2012).

No Brasil, também há mulheres que se motivam a trabalhar no campo pelo aspecto econômico, como no caso da olivicultura. Mas por outro lado, para mulheres de baixa renda, há programas do governo para ajudar a manter essa família no campo. Lima e Duarte (2021) ao investigar sobre transferência de renda e oferta de mão de obra feminina: evidências sobre o meio rural brasileiro, pesquisando mulheres que recebem e que não recebem auxílio do programa, revelou que em seu estudo que o programa Bolsa Família não gera dependência das beneficiárias que trabalham tanto quanto as não beneficiárias em suas propriedades (Lima, Duarte, 2021).

Mesmo que algumas mulheres recebam auxílio do governo para se manter no campo, há empreendedoras que estão se tornando protagonistas, como já aconteceu com os agricultores na área rural. Empresas femininas e administradas por mulheres, em um ambiente com poucos jovens, são atualmente um dos pilares das políticas do desenvolvimento rural (Chong, González, 2016). O empreendedorismo desempenha uma independência na vida das mulheres, porque, quando abrem um negócio, elas vivenciam uma conciliação da sensação de prazer com a expectativa de enfrentar novos desafios confrontados às suas necessidades pessoais e profissionais (Sousa et al., 2016).

A maior efetividade e engajamento da mulher no campo é uma tendência nos dias de hoje, mesmo com a existência de diversas barreiras que dificultam seu trabalho (Cielo; Wenningkamp; Schmidt, 2014). A figura da mulher como empreendedora rural é importante, pois é por meio do empreendedorismo que transcorrem políticas públicas capazes de valorizar as agricultoras familiares que ocupam lugares estratégicos no desenvolvimento da sustentabilidade do meio rural, na produção de alimentos e de atividades não agrícolas (Tonial, 2013).

2.2 OLIVICULTURA

Em se tratando da cultura da olivicultura, ela foi inserida no Rio Grande do Sul em 1948, por meio da criação de um órgão especializado da Secretaria da Agricultura, que deveria gerir e guiar os trabalhos de estímulos para o desenvolvimento e pesquisa dessa atividade produtiva (Schepa; Hoff; Gonçalves, 2019). Contudo, é a partir dos anos 2000 que a produção de Oliveiras vem ganhando espaço no Rio Grande do Sul, obtendo aumento significativo ao longo dos anos. Na safra 2005/2006, foram identificados pouco mais de 100 hectares com olivais no Rio Grande do Sul, enquanto em 2016/2017, a área somou 3.464,6 hectares (João; conte, 2007; João; Almeida; Ambrosini, 2017).

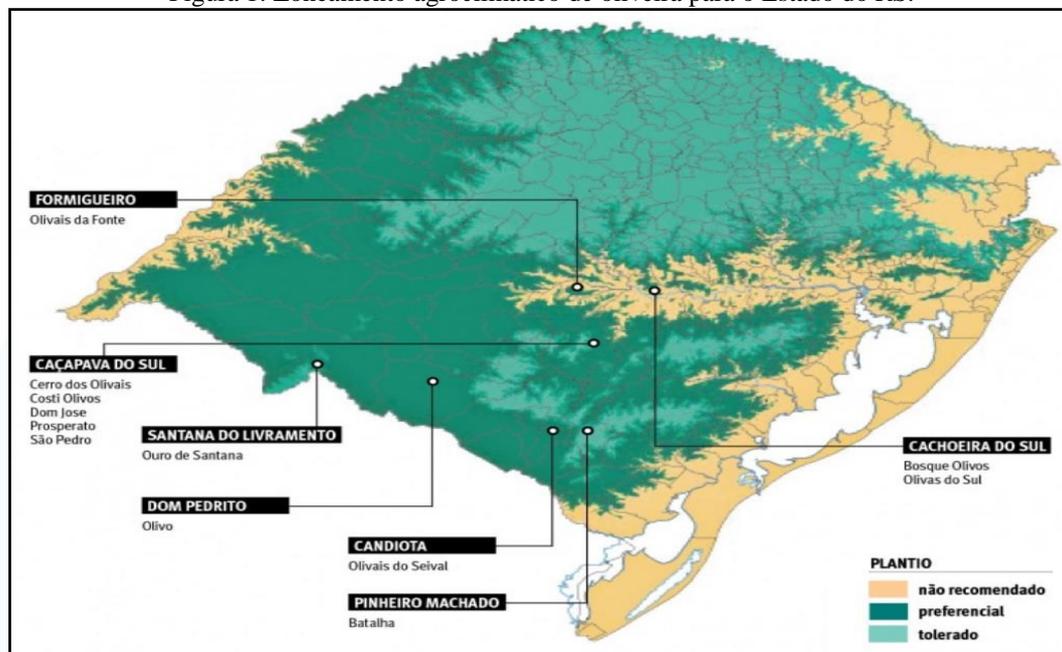
Segundo dados da Secretaria da Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Rural (SEAPDR), a estimativa da safra 2021 é muito otimista: 202 mil litros de azeite, processados por 15 indústrias, em onze municípios do Estado. Esse volume ultrapassa quatro vezes a safra de 2020 que foi de 48 mil litros de azeite. A área plantada no Rio Grande do Sul, até o final de 2020, era de 6.200 hectares (Revista Da Fruta, 2021).

Ainda assim, o Brasil é o segundo maior importador de azeite de oliva do mundo, com cerca de 10% do total das importações, um mercado que vem aumentando nestes últimos 5 anos. O azeite de origem de Portugal tem boa implantação, com mais de 50% do produto importado pelo país (Barbosa, 2015). A importação, no Brasil, tanto de azeite de oliva como de azeitonas em conserva para o consumo interno, é de 98%, movimentando uma cadeia de mais de 1 bilhão de reais. Comparando com os últimos 14 anos, houve um aumento de 315% no mercado de azeite, enquanto no mercado mundial o aumento foi de 5%, conforme dados de *Internacional Olive Oil Council* em 2019 (Olivabr, 2020).

Silva et al. (2019) em pesquisa sobre olivicultura no Rio Grande do Sul, destacaram o perfil dos produtores e as motivações para impulsionar a produção, revelando, entre outros aspectos, que o estado possui 56 municípios produtores de oliveiras de acordo com o cadastro oleícola de 2017.

A Figura 1 apresenta as áreas recomendadas para o cultivo da olivicultura no Rio Grande do Sul, através do zoneamento agroclimático.

Figura 1: Zoneamento agroclimático de oliveira para o Estado do RS.



Fonte: WREGGE et al. 2015 adaptado pelos autores.

Apesar das variações climáticas, a expectativa dos produtores para safra de 2022, é manter o mesmo volume da colheita da safra passada, que foi de 202 mil litros de azeites extravirgem. Os pomares gaúchos representam 80% de toda a produção do azeite no país. Com aproximadamente 7 mil hectares plantadas em 2021, a tendência é que nos próximos anos cresça ainda mais.

3 METODOLOGIA

A metodologia utilizada neste artigo foi composta de três partes para melhor demonstração deste trabalho: abordagem e método, procedimentos de coleta de dados e procedimentos de análise de dados.

Considerando o contexto e os objetivos da presente pesquisa, optou-se por um estudo de caráter qualitativo, com estudo de múltiplos casos, através de uma entrevista semiestruturada com as produtoras de olivicultura. A abordagem qualitativa está preocupada com motivações, valores, opiniões e conceitos e não visa mensurar um determinado fenômeno. Minayo *et al.* (2001) salientam que a pesquisa qualitativa é a mais

adequada forma para análise aprofundada de um fenômeno, que é o que está sendo buscado através do estudo de casos.

Quanto à estratégia de pesquisa, para realização do trabalho, optou-se pela realização de estudos de caso, ou mais especificamente, estudos de caso múltiplos. De acordo com Gil (2011), “o estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado, tarefa praticamente impossível mediante os outros tipos de delineamentos considerados” (Gil, 2011, p. 58). Yin (2015) classifica o estudo de caso como um questionamento empírico que investiga um fenômeno dentro do seu contexto real.

Os casos em questão se referem a propriedades rurais, de pequeno e grande porte, localizadas no estado do Rio Grande do Sul - Brasil e que atuam no cultivo de oliveiras. Através de informações na Associação Gaúcha de Olivicultura e em busca de sites foram localizadas e contatadas produtoras rurais de oliveiras localizadas na metade sul do estado do Rio Grande do Sul. Foram escolhidas mulheres que estão atuando na produção ou gestão olivícola. Também se utilizou o sistema bola de neve (*snow ball*), indicado por Malhotra (2019), em que um entrevistado indica o próximo.

As perguntas foram elaboradas com vistas a traçar o perfil das entrevistadas, bem como sua motivação para produzir tal cultura, a forma como atuam, suas limitações e perspectivas em relação ao empreendedorismo feminino. Devido à pandemia, as entrevistas foram realizadas por meio de videoconferência pela plataforma *Google Meet*. A entrevista foi semiestruturada, como indicado em Baranãno (2008) e Malhotra (2019), que segundo os autores combinam perguntas abertas e fechadas, permitindo uma maior interação entre a entrevistada e a entrevistadora. As entrevistas foram gravadas para posterior transcrição, com autorização de consentimento das respondentes por escrito.

A entrevista foi composta por três partes: a primeira de identificação das produtoras com 9 questões, a segunda de identificação da propriedade com 6 questões e a terceira sobre empreendedorismo rural feminino com 12 questões. Essa última parte da entrevista serviu de base para a análise interpretativa, que, segundo Gil (2008, p. 156), “tem como objetivo a procura dos sentidos mais amplos das respostas, o que é feito mediante sua ligação a outros conhecimentos anteriormente obtidos”.

As questões de identificação das produtoras e propriedade foram retiradas do trabalho de Gomes (2018), que já as havia utilizado com produtores de oliveiras do Rio Grande do Sul. A opção pelo uso das mesmas perguntas justifica-se pelo fato de serem pertinentes a este trabalho, de modo que já estão validadas. As questões sobre empreendedorismo rural feminino foram formuladas pelos autores deste artigo e validadas por dois professores *experts* nesse assunto.

Foram analisadas 5 propriedades rurais, de diferentes tamanhos de área. Para melhor identificação das entrevistadas e sigilo das mesmas, serão denominadas propriedades 1, 2, 3, 4 e 5. Estas propriedades estão localizadas nas cidades de Caçapava do Sul, Santana do Livramento, Bagé, Canguçu e Pelotas. Na propriedade 4, foram entrevistadas 3 mulheres, que foram diferenciadas como 4a, 4b e 4c, totalizando 7 entrevistas com as empreendedoras.

Cada entrevista teve a duração de 30 a 45min e foram feitas entre os dias 08 de maio de 2021 a 11 de junho de 2021, por meio da plataforma do *Google Meet*, devido à dificuldade de marcar as entrevistas pessoalmente por conta da pandemia do COVID-19. As perguntas foram feitas sem interferência, dando total autonomia às entrevistadas, para que além das respostas das perguntas em si, fossem observadas a forma, a postura e a motivação da respondente.

Para melhor traçar o perfil das entrevistadas, foram verificados materiais disponíveis nos sites das produtoras de oliva, folders e fotos da propriedade. As fotos de arquivo pessoal foram enviadas pelas respondentes. Além disso, sites e redes sociais foram utilizados para melhor compreensão do trabalho. Também um dos autores do trabalho participou de reuniões e da colheita de olivas, bem como eventos relacionados à área, de modo a fazer visitas e imagens *in loco*. Assim, como forma de melhorar a confiabilidade e validade do estudo, segundo Eisenhardt (1989) e Yin (2015), utilizaram-se de múltiplas fontes de dados, em uma estratégia denominada de triangulação das fontes de dados.

Para a análise dos dados, foi utilizado o método interpretativista. Nessa perspectiva, o pesquisador tem papel fundamental na interpretação por meio de experiência e vivências que influenciam seu entendimento no fenômeno pesquisado, de

acordo com Walsham (1993). Essas análises foram feitas com uma abordagem interpretativista, a partir da observação e triangulação de dados.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A análise dos resultados abrange o perfil das entrevistadas, o perfil das propriedades, o empreendedorismo feminino, a motivação para empreender, a conciliação do trabalho, família e tarefas domésticas, as vantagens, desvantagens e barreiras de a mulher empreender no campo e sobre o empreendedorismo rural feminino.

4.1 PERFIL DAS ENTREVISTADAS

Quanto à identificação das produtoras, suas idades variam entre 18 e 61 anos, todas têm, no mínimo, ensino superior, sendo a maior parte das entrevistadas pós-graduadas. A maioria é casada, sendo duas solteiras e uma divorciada. A profissão delas é bem diversificada, desde funcionária pública aposentada, educadora à profissional da área financeira, contábil e marketing. Elas não moram na propriedade de produção. Apenas 1 das entrevistadas está morando atualmente por conta da pandemia. A maioria faz parte do IBRAOLIVA (Instituto Brasileiro de Olivicultura), apenas 1 entrevistada não faz, mas considera necessária a participação e demonstrou interesse em participar do instituto. A ajuda da família na produção, marketing e divulgação é muito forte na olivicultura. Somente em 1 propriedade, não havia a interação com os familiares nessas atividades. A Tabela 1 apresenta a identificação das produtoras.

Tabela 1: identificação das produtoras.

Produtora	Idade	Grau de instrução	Naturalidade	Participação associação	Reside na propriedade	Tem auxílio de membro da família
1	61	Graduação	Faxinal do Soturno	IBRAOLIVA	sim	sim
2	45	Pós-graduação	Porto Alegre	IBRAOLIVA/ Nozpecan	não	sim
3	59	Mestrado	Erechim	IBRAOLIVA	não	não
4A	21	Graduação	Porto Alegre	IBRAOLIVA/ Fruts	não	sim



4B	18	Graduação (em curso)	Porto Alegre	IBRAO-LIVA/ Fruts	não	sim
4C	36	Pós-graduação	Porto Alegre	IBRAO-LIVA/ Fruts	não	sim
5	60	Mestrado	Pelotas	não	não	sim

Fonte: os autores

4.2 PERFIL DAS PROPRIEDADES

Em relação à propriedade das respondentes, a área total da propriedade varia bastante, vai de 20ha a 4100ha. Já em área produzida, de 5ha a 120ha. Das variedades de oliveiras, Arbequina e Koroneike são comuns a todas as propriedades e a Arbosana é encontrada em 80% das propriedades.

A olivicultura não é a fonte principal de renda das propriedades das mulheres entrevistadas. Gomes (2018), em sua pesquisa sobre produção de oliveiras e diversificação produtiva, em que entrevistou 60 produtores no Rio Grande do Sul, sendo que, destes, 17 eram mulheres, constatou “que esta atividade não é realizada apenas por empresários agrícolas tradicionais e sim uma atividade agrícola que integra formações e atividades profissionais diferentes” (Gomes, 2018, p. 79). Além disso, conforme o autor: “O produtor de oliveiras possui formação e atuação em diferentes áreas do que as ligadas diretamente ao meio rural” (Gomes, 2018, p. 79).

4.3 EMPREENDEDORISMO FEMININO

A terceira parte da entrevista iniciou-se instigando a produtora a contar sobre a perspectiva delas em empreender no campo, principalmente na atividade de olivicultura e as barreiras enfrentadas no meio rural para poder trabalhar sendo mulher.

4.3.1 Motivação empreender no campo

Quando perguntada sobre o que a motivou a empreender no campo, a proprietária 1 contou que foi herança do marido, resolvendo manter a atividade rural com criação de gado, mas em paralelo com as atividades na cidade. A produtora 2 relata que ela e suas irmãs já gostavam de cozinhar, então queriam um produto em que acreditassem, em que

colocassem o coração e em que a família pudesse trabalhar junto. Logo, juntaram o que elas gostavam com o *know-how* de cada uma, pois ela trabalhava na área comercial, enquanto uma irmã já trabalhava no campo com o pai delas e a outra em administração.

A produtora 3 falou que ela e o marido buscavam uma terra para algum tipo de cultivo, para trabalhar na aposentadoria dela. Primeiramente, procuraram em Erechim, cidade natal da respondente, mas, na ocasião, as áreas estavam extremamente caras em função da soja. Depois, informados sobre Bagé possuir terras boas com preço acessível, visitaram a cidade algumas vezes e encontraram uma área como queriam: não muito grande e próxima à cidade.

As produtoras 4a, 4b e 4c explicaram que a motivação veio do sangue do avô e foi passada a elas. A produtora 4a diz: “Caiu no nosso colo e a gente pensou que, com aquela fazenda gigante, teria que sair de lá o nosso sustento”. A produtora 4b acrescenta: “Ao mesmo tempo em que a gente começou a fazer cursos, a entender melhor os produtos do azeite, nos apaixonamos! Fomos para o Uruguai fazer curso, ficamos 18 dias experimentando azeites, foi onde aprendi o que era azeite bom de verdade.”

4.3.2 Conciliação de trabalho, família e tarefas domésticas

Para as entrevistadas, conciliar trabalho, família e tarefas domésticas não configura um problema. Apenas duas entre as sete entrevistadas têm filhos pequenos. Para a produtora 2, é um trabalho difícil ficar longe dos filhos, como a sede de seu negócio é em Porto Alegre, viaja uma vez por semana, precisando deixar tudo estruturado, pois tem dois filhos, de 4 e 6 anos, que ficam com o pai quando ela viaja. Conforme a entrevistada, é necessário que ela dividia o seu tempo, buscando ser bem eficiente, porque o tempo é curto: “acho que é o maior desafio, eu falo que as mulheres são maravilhosas mesmo, porque não é fácil!” (PRODUTORA 2). A esse respeito, Spanevello, Goulart e Linke (2017, p. 11) acrescentam: “esta carga de trabalho doméstico não é remunerada e limita que elas participem de outras atividades que contribuam com a geração de renda familiar, porém são fundamentais para o bem-estar familiar”.

Por outro lado, a produtora 4ª recebe ajuda da família e disse que tais questões não a atrapalham em nada. As demais têm filhos adultos, mas, quando estes eram crianças,

contavam com uma pessoa que trabalhava na casa para ajudar tanto no trabalho da casa quanto com os filhos. É cansativo, mas me sinto bem assim” (PRODUTORA 5).

As mulheres estão tão acostumadas a trabalhar, cuidar dos filhos e fazer as tarefas domésticas, que, muitas vezes, nem percebem a carga extra que essas atividades ocasionam. Outras vezes reconhecem que o trabalho é pesado, mas acabam achando natural desempenhá-lo. Mendes, Marinho e Paulino (2019) concluem que, “apesar das conquistas e avanços, as mulheres destacam que ainda lhes cabe a execução das tarefas do lar, tais como lavar, passar, fazer refeições, dentre outras” (Mendes, Marinho, Paulino, 2019).

4.3.3 Vantagens de ser empreendedora rural

As respostas a respeito das vantagens em ser empreendedora rural foram bem diversas. Todas entram em concordância no aspecto que estar junto a natureza, ter uma vida mais saudável, flexibilidade de horário, maior contato com a família, são aspectos positivos em trabalhar no campo. A produtora 1 observa “quer as mulheres admitam ou não, nós temos a nossa responsabilidade, quem tem família e tudo mais, vai poder conviver junto, poder desenvolver atividades, cultivando valores que são muito importantes”.

A produtora 3 reforça que o aprendizado na área rural é muito rico, trazendo uma nova perspectiva para ela: “Tu acabas tendo que fazer muito de tudo, e se souberes aproveitar te traz um aprendizado extremamente rico, para o trabalho e para vida. Faltam os materiais e tens que improvisar, buscar recursos, criar aquilo que tu precisas”. Essa entrevistada relata ainda que buscou uma relação próxima entre a empresa e a academia. Nesse sentido, universidades públicas e privadas fizeram muitos trabalhos em conjunto, porque, na olivicultura, existem muitos segmentos para trabalhar, tais como: a questão da gestão, administração, nutrição, química, gastronomia, turismo e farmácia.

4.3.4 Barreiras em empreender no campo

As respondentes afirmaram que existem barreiras para empreender no campo e que elas são quase as mesmas que ocorrem na cidade, diferenciando-se aqueles referentes ao conhecimento, ao clima e à mão de obra.

A produtora 1 acredita que as dificuldades são as mesmas para homens e mulheres no campo: "a pessoa precisa acreditar em si, ir atrás, se qualificar, de querer". Com a tecnologia, as dificuldades diminuíram em relação a aprender novas oportunidades no campo. As proprietárias 4 revelam que a principal barreira é o clima e a logística que, no Brasil, é bem difícil. Elas também acrescentam que, no caso da olivicultura, tudo é um desafio e 4b explica: "A gente não tem como copiar o que a Europa faz, porque aqui o clima e o solo são diferentes, então a gente meio que está pagando para aprender, é uma coisa que só nós fazemos, e depender do clima, o inverno e primavera chove demais, ou não faz tão frio, então tudo isso". As barreiras e dificuldades mencionadas pelas mulheres sugerem que as organizações rurais precisam evoluir para que a mulher possa realizar seu trabalho e desenvolver seu potencial sem preconceitos e julgamentos (BRANDÃO et.al.,2019).

4.3.5 Preconceito por ser mulher no trabalho rural

Por ser mulher, no seu trabalho rural, a maioria das entrevistadas já sentiu algum tipo de preconceito, às vezes, de forma mais discreta e, em outras, diretamente. Elas concordam que ainda vivemos numa sociedade machista no Rio Grande do Sul, principalmente no campo.

A produtora 1 foi a única que não sofreu preconceito, nem com o pessoal que a ajuda, nem com os funcionários. Ela diz: "é bem surpreendente isso, porque desde o início quando eu e meu marido começamos com a atividade pecuária, nunca houve essa dificuldade". A produtora 2 enfatiza que: "o universo rural é muito masculino, independente da área de atuação". Ela conta ainda que a família mudou o ramo de negócios da família, que tinha tradição de gado, e a gestão sempre foi masculina, nunca houve uma mulher que fizesse a gestão sozinha.

A produtora 3 responde entre risos: “já sim, isso sim!”. De acordo com ela, “quando já se tem um tempo de vida, vamos aprendendo a dar um jeito, às vezes mais suave, outras vezes de forma mais assertiva e, em outras, colocando um ponto final”. Conta ainda, que, certa vez, entrou em um comércio, liderado por um homem que respondeu: “Não, não, não vamos colocar o produto!” Depois, a produtora pediu a um colega homem para oferecer os produtos à mesma pessoa e, embora não tenha acontecido a venda, ficou com uma proposta. Ela também já sofreu preconceito por ser da cidade: “Ah, tu não és do campo, tu não conheces nada”.

As produtoras 4 afirmam que não sentiram preconceito diretamente, mas vieram de uma família machista, da cultura, que é percebido no pai e no avô. 4b conclui: “eu e as gurias temos a agricultura como um meio muito feminino, nós com quem a gente tem mais contato, mais troca de experiências, são as mulheres e nós mesmo que separamos isso, nós falamos com as mulheres, o vô fala com os homens”.

A produtora 5 reflete: “olha de maneira geral ainda a mulher enfrenta preconceitos, pela questão aqui no Sul, muito a cultura machista que a gente sente”.

4.3.6 Desvantagens em ser uma empreendedora rural

As respostas foram bem diversas, mas todas encontraram poucas ou nenhuma desvantagem. A produtora 1 relata que o trabalho no campo é mais pesado que o da cidade porque tem de trabalhar muito o físico, não só o intelectual. Dessa forma, descreve: “a atividade no campo tem muito do físico, do manejo, do estar presente, nós na questão da olivicultura, tu tens que ir pro pomar, podar, tem que colher, tem que tá junto né, então talvez quem não goste disso, é uma desvantagem”. A produtora 3 descreve que uma desvantagem seria a tecnologia, porque ela dificulta muita coisa no campo. Outra desvantagem seria o machismo, a herança cultural: “tu ficas tendo que fazer muito, muito para provar que tu és competente, que tu domina aquela área, o esforço é grande, isso incomoda, porque, no fim, todo mundo deixa de ganhar”.

4.3.7 Empreendedora rural

Quando foi perguntado às respondentes se elas se consideravam uma empreendedora rural, as respostas foram unânimes: todas se consideraram empreendedoras rurais, porque têm as características que consideram para tal função. A produtora 1 se diz uma trabalhadora rural: “Eu acho que sim, a gente começou essa atividade, assim meio que sem nenhuma pretensão na olivicultura, mas ela ganhou corpo”. Hoje construiu uma marca, um produto que já está no comércio à venda, está disponível: “Então eu acho sim, que me considero uma empreendedora rural”.

A produtora 2 também afirma: “sim, eu acho que o projeto rural na olivicultura e nós estamos empreendendo, estamos inovando e fazendo a diferença, tanto no nosso município, quanto no estado, se Deus quiser pro Brasil, trazendo prêmios de fora”. Ela relata que está fazendo a diferença junto a todas as mulheres olivicultoras que estão traçando este mesmo caminho, esse mesmo trajeto. A Tabela 2 a seguir apresenta a síntese das entrevistas das produtoras, conforme as respostas a entrevista.

Tabela 2 – Síntese das entrevistas

Produtora	Motivação	Vantagens	Desvantagens	Barreiras	Preconceito
1	Herança do Marido Aposentadoria	Trabalhar tanto em casa como na propriedade.	Trabalho pesado – físico.	Pouca Tecnologia	Não sofreu preconceito.
2	Família trabalhasse junto.	Trabalhar com o que gosta: gastronomia /família.	Não vê desvantagem.	Mão de obra escassa	Já sentiu preconceito
3	Cultivo para trabalhar na aposentadoria.	A área rural é rica em aprendizados.	Falta tecnologia e há o machismo.	Falta de Conhecimento e mão de obra escassa.	Não sentiu diretamente
4a	Trabalhar com a família.	O agro está sustentando o país.	Não vê desvantagem.	Clima (depende fatores climáticos)	Não sentiu diretamente
4b	Trabalhar com a família.	Vender alimento é importante.	Não vê desvantagem.	Dificuldade de Logística	Não sentiu diretamente
4c	Trabalhar com a família e ter sustento do campo.	Flexibilidade, ar puro, família.	Tem que ter mais pique, porque tem que viajar.	Clima (depende fatores climáticos).	Já sentiu preconceito



5	Atividade para renda para gerações futuras.	Qualidade de vida, silêncio e contato com a natureza.	Não vê desvantagem.	Falta de conhecimento .	Já sentiu preconceito
---	---	---	---------------------	-------------------------	-----------------------

Fonte: os autores

A Tabela 2 faz um resumo da entrevista com as produtoras e traz os resultados da pesquisa. São 5 tópicos que foram apresentados às entrevistadas por meio de questões abertas que deram total liberdade para as respostas. Na questão Motivação, todas foram motivadas pela família a começar um novo empreendimento rural. Sobre o Empreendedorismo feminino, a maioria acredita que está recém começando, mas que não tem como voltar atrás. As mulheres, com sua feminilidade, estão abrindo espaço em todos os lugares, inclusive no campo.

Em relação às atividades de trabalho, referentes à família ou às tarefas domésticas, somente 1 das entrevistadas tem problema para conseguir dar conta de tudo. Para as demais, tais aspectos não interferem, ou por ter filhos maiores ou por ter a família para ajudar. Quanto à perspectiva de vida para a mulher na atividade do campo, se aposentar e trabalhar com a cultura é o maior interesse das respondentes, a fim de ainda ter uma atividade lucrativa por muitos anos, em longo prazo.

A desvantagem é vista como inexistente para 4 das 7 entrevistadas, as demais relataram o machismo, o trabalho pesado e as viagens longas. Quanto a se considerarem uma empreendedora rural, todas concordam que sim, são empreendedoras, pois estão inovando e fazendo a diferença.

5 CONCLUSÕES

O presente trabalho teve como objetivo analisar a atuação das mulheres empreendedoras da produção de olivicultura, na região sul do Rio Grande do Sul, na perspectiva delas. Por meio da pesquisa, verificou-se que a plantação desse cultivo ocorreu como investimento principalmente para a aposentadoria das respondentes ou como fonte de trabalho para o sustento futuro, no caso das mais novas nesse ramo, estando dentro da perspectiva do empreendedorismo por representar oportunidade em um contexto de desenvolvimento de médio e longo prazo. Outro fato observado foi que as

entrevistadas podem investir em uma cultura que não dispõe de ganho imediato, pois possuem outras formas de renda. Por isso, pessoas de baixa renda ou que adquiriram empréstimos a longo prazo teriam mais dificuldade em investir nessa cultura.

Podemos concluir que essa cultura vem como uma complementação de renda ou mesmo uma renda para aposentadoria. Pode ser uma estratégia importante de diversificação de ativos dos empreendedores. Políticas públicas poderiam incentivar o cultivo de oliveiras tanto como uma estratégia de menor dependência de importações como para melhoria da renda nas localidades em que são plantados.

As motivações das entrevistadas para plantar oliveiras incluem qualidade de vida, consumo de um produto de qualidade, contato com a natureza e, naturalmente, ganhos financeiros, visto que mais de 90% do azeite consumido no Brasil é importado, demonstrando o potencial de consumo no país.

As barreiras encontradas pelas entrevistadas na produção de olivicultura na região sul do Rio Grande do Sul são as mesmas encontradas pelas mulheres no mercado de trabalho na cidade. No campo, ainda há a falta de conhecimento sobre o que está sendo cultivado, restringindo a possibilidade de plantar e colher melhor, pois todo trabalho requer o mínimo de conhecimento que pode ser adquirido. Outras barreiras significativas para essas produtoras são a falta de mão-de-obra, as estradas precárias e as condições climáticas.

Por fim, esta pesquisa teve como limitação a impossibilidade de visitar as propriedades por conta da pandemia de COVID-19. Também consideramos que mais mulheres empreendedoras deveriam ser entrevistadas, mas por limitações de tempo, recursos e pandemia isso não foi possível. Assim, os resultados não podem ser generalizados, mas se aplicam aos casos e ao contexto analisado. Como sugestões para trabalhos futuros, consideramos interessante ampliar o número de entrevistadas para todo o Rio Grande do Sul e Brasil, bem como pesquisar outros setores agropecuários com liderança e empreendedorismo feminino.

REFERÊNCIAS

- ASTORGA, P. S. S. (2021) Mulheres empresárias: Uma Abordagem a partir da teoria da Identidade Performativa. *Revista Estudos Feministas*. v.27ed.3, 2019. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1806-9584-2019v27n354270>>. Epub 21 Out 2019. ISSN 1806-9584. <https://doi.org/10.1590/1806-9584-2019v27n354270>. Acesso:20/09/2021.
- BARBOSA, M. N. M. DA C. (2015). *Internacionalizar em parceria no setor do azeite*. Lisboa: Instituto Superior de Gestão.
- BARAÑANO, A. M. (2008). *Métodos e técnicas de investigação em gestão: manual de apoio à realização de trabalhos de investigação*. Lisboa: Edições Sílabo.
- BRANDÃO, J. F. et al. (2018). Liderança feminina em empresas do agronegócio. *Revista Negócios em Projeção*, v. 9, n. 1, p. 15.
- BRUCHINI, C.; PUPPIN, A. B. (2004). Trabalho de mulheres executivas no Brasil no final do século XX. *Cadernos de Pesquisa*, v. 34, n. 121, jan./abr.
- CHÁVEZ, R.M.E., Fuentes, F.M. del M. and Ruiz-Jiménez, J.M., (2021). Challenging the context: mumpreneurship, copreneurship and sustainable thinking in the entrepreneurial process of women – a case study in Ecuador. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 34(3), pp.368–398. <https://doi.org/10.1108/ARLA-07-2020-0172>.
- CHONG-GONZÁLEZ, E. G. (2016). Rural female entrepreneurship. *Entramado*, v. 12, n. 1, p. 30–36.
- CIELO, I. D.; WENNINGKAMP, K. R.; SCHMIDT, C. M. (2014). Female Participation in Agribusiness: The Case of Coopavel – Cooperativa Agroindustrial Cascavel. *Revista Capital Científico - Eletrônica*, v. 12, n. 1.
- DIEGUEZ-CASTRILLON, M. I. et al. (2022). Turismo rural, empreendedorismo e gênero: um estudo de caso na comunidade autônoma da Galiza. *Revista de Economia e Sociologia Rural* [online]. 2012, v. 50, n. 2 [Acessado 13 Março 2022] , pp. 371-381. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0103-20032012000200010>>. Epub 20 Jun 2012. ISSN 1806-9479. <https://doi.org/10.1590/S0103-20032012000200010>.
- EISENHARDT, K. M. (1989). Building theories from case study research. *The Academy of Management Review*, v. 14, n. 04, p. 532-550.
- FLAVIANO, V., Zajonz, B.T., Langbecker, T.B. and Arbage, A.P., 2019. Empreendedorismo Rural: Olhares Em Contextos Diversos. *Revista Conexão UEPG*, 15(3), pp.301–309.
- FELISBINO, A. C.; YAMAGUCHI, C. K. (2016). *Empreendedorismo feminino nas pequenas propriedades*. Congresso Sul Catarinense de administração e comércio exterior. UNESC. Santa Catarina. n.1 .

GEM, I. Relatório Executivo. (2020) - *Empreendedorismo no Brasil*. [s.l: s.n.]. Acesso em: 3 ago. 2020.

GIL, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6.ed. São Paulo: Atlas.

GOMES, L. DA S. (2018). *Produção de oliveiras e diversificação produtiva: uma abordagem sobre o potencial estratégico para o desenvolvimento territorial*. 9 jul. 2018.

GUO, Y., Zhu, L. and Zhao, Y., (2022). Tourism entrepreneurship in rural destinations: measuring the effects of capital configurations using the fsQCA approach. *Tourism Review*, [online] ahead-of-print(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/TR-07-2022-0333>.

JOÃO, P. L.; CONTE, A. (Coord.). Levantamento da fruticultura comercial do Rio Grande do Sul: 2006. Porto Alegre: Emater/RS-ASCAR, 2007.

JOÃO, P. L.; ALMEIDA, G. T. F.; AMBROSINI, L. B. (2017). *Nota Técnica: cadastro olivícola 2017*. Porto Alegre: Secretaria da Agricultura, Pecuária e Irrigação/ Câmara Setorial das Oliveiras, 2017. Disponível em: <<http://www.agricultura.rs.gov.br/pro-oliva>>. Acesso em: 4 abr. 2018.

LIMA, F. F.; DUARTE, G. B. (2021). Cash transfer and female labor supply: evidence from Brazil's rural area. *Revista de Economia e Sociologia Rural* [online]. 2021, v. 59, n. 4 [Accessed 13 March 2022] , e217424. Available from: <<https://doi.org/10.1590/1806-9479.2021.217424>>. Epub 09 July 2021. ISSN 1806-9479. <https://doi.org/10.1590/1806-9479.2021.217424>.

MACHADO, H. P. V. (2013). *Criação de empresas por mulheres: um estudo com empreendedoras em Natal, Rio Grande do Norte*. São Paulo, v. 14, n. 5, p. 24.

MAIA, F. S.; GIELDA, J. J.; MAIA, T. S. T. (2019). *Empreendedorismo feminino na produção rural: um estudo no oeste catarinense*. v. 4, p. 46.

MANCILLA, C. and Amorós, J.E., 2015. Entrepreneurship in regions: differentiated impacts of the socio cultural and gender types. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 28(1), pp.45–76. <https://doi.org/10.1108/ARLA-04-2013-0031>.

MALHOTRA, N. K. (2019). *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. 7. ed. Porto Alegre: Bookman.

MINAYO, M.; DESLANDES, S.; NETO, O. (2001). *Pesquisa social: Teoria, método e criatividade*. 19 ed. Petrópolis: Vozes.

MENDES, V. P. S.; MARINHO, H. E.; PAULINO, A. G. L. (2019). Inclusão Produtiva, Políticas Públicas e Empoderamento das Mulheres Agricultoras Familiares de Paraipaba -CE. *Cadernos Cajuína*, v.4, N. 2, p.21-38.

MENEZES, R. S. S.; SILVA, F. D. (2016). Trabalho e identidades de gênero de gestoras de organizações do agronegócio em Minas Gerais. *Revista Brasileira de Estudos Organizacionais*, v. 3, n. 2, p. 18.

OLIVABR. (2020). *OlivaBR Mudanças de Oliveira e Consultoria - História*. Disponível em: <<http://www.olivabr.com/site/olivicultura.ph>>. Acesso em: 28 jun. 2020.

REVISTA DA FRUTA. (2021). *Informações gerais*. Disponível em: <http://revistadafruta.com.br/eventos/safra-gaucha-de-azeite-de-oliva-atinge-200-mil-litros-e-conquista-premios-internacionais,399290.jhtml>. publicação: 07/07/2021. Data de Acesso: 16/08/2021.

SCHEPA, C. DA C.; HOFF, D. N.; GONÇALVES, M. L. L. (2019). Olivicultura e desenvolvimento endógeno: uma análise sobre a emergência do setor em Santana do Livramento, RS. *Seminário Internacional sobre Desenvolvimento Regional*, v. 0, n. 0, 25 out. 2019.

SAUERESSIG, D. (2018). *O desenvolvimento da olivicultura no Rio Grande do Sul: potencialidades e desafios*.

SEGABINAZI, G. G. T. (2013). *A Inserção da Mulher no Agronegócio*. Monografia de Especialização (Especialização em Agronegócios), Faculdade Antônio Meneghetti.

SILVA, L. G. D. et al. (2019). Olivicultura no sul do Brasil: *Revista Científica Agropampa*, v. 1, n. 1, p. 15–35.

SPANNEVELLO, R. M. GOULART, H. S. LINK, P. M. (2021). *O trabalho feminino nas atividades agropecuárias no contexto do Rio Grande do Sul*. Territórios, Redes e Desenvolvimento Regional: Perspectivas e Desafios. Santa Cruz do Sul, RS, Brasil, 13 a 15 de setembro de 2017. disponível em: <https://online.unisc.br/acadnet/anais/index.php/sidr/article/view/16692/4216>. Acesso em: 16/08/2021.

TONIAL, M. A. L. (2013). *A participação da mulher na agroindústria familiar na perspectiva do desenvolvimento rural sustentável*.

WALSHAM, G. (1993). *Interpreting information systems in organizations*. West Sussex: John Wiley&Sons, 1993.

YIN, R. K. (2015). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 5. ed. Porto Alegre: Bookman.