

## EMPREENDEDORISMO RURAL FEMININO: Mulheres na olivicultura

ALESSANDRA BANDEIRA DA ROSA<sup>1</sup>; ALISSON EDUARDO MAEHLER<sup>2</sup>;  
GABRIELITO MENEZES<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Universidade Federal de Pelotas – [alereichow@gmail.com](mailto:alereichow@gmail.com)

<sup>2</sup> Universidade Federal de Pelotas – [alisson.maehler@gmail.com](mailto:alisson.maehler@gmail.com)

<sup>3</sup> Universidade Federal de Pelotas – [gabrielitorm@gmail.com](mailto:gabrielitorm@gmail.com)

### 1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo não é um tema novo no Brasil, estudos são feitos desde o século passado, mas nos anos 2000 é que começou a ganhar destaque em muitas publicações. Prova disso, é que, nas buscas em três bases de dados: *Spell*, *SciELO* e Google Acadêmico no ano de 2016, foram encontrados mais de 1.000 textos publicados em 307 periódicos (GIMENEZ; FERREIRA; RAMOS, 2017). Esse interesse provavelmente se dá pela quantidade crescente de empreendedores no país, que de acordo com dados apurados no Brasil, pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) em 2019 demonstram que 53,5 milhões de brasileiros adultos entre 18 e 64 anos, ou seja, 38,7% da população, estão à frente de alguma atividade empreendedora, tanto na criação, consolidação ou manutenção de seu negócio. Homens e mulheres estão abrindo seus negócios praticamente na mesma proporção, enquanto o sexo masculino possui 23,5%, o sexo feminino 23,1% em empresas com até 42 meses de vida. Já em empresas consolidadas, com mais de 42 meses, aumenta a diferença dos índices entre os dois sexos. Os homens passam para 18,4% e as mulheres 13,9%. Esses números refletem a diminuição do empreendedorismo nas empresas ao longo dos anos, principalmente com as mulheres, salientando a importância de aprofundar estudos sobre o empreendedorismo feminino no Brasil (GEM, 2019).

Já o empreendedorismo na área rural demonstra uma relação com o desenvolvimento regional, ocasionando interesse dos estudiosos exatamente por esta razão. Governos e instituições unem esforços com 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 destes empreendedores rurais, conforme dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) no ano de 2019. 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 na frente de negócios, como de propriedades agrícolas (produtoras de grãos, leite, etc) 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.

No estudo sobre produção de oliveiras GOMES (2018) entrevistou 60 produtores dos 132 que existem no estado do RS e verificou que 17 dos entrevistados são mulheres. Esses empreendedores são jovens, profissionais liberais que não dependem da olivicultura por possuírem outra fonte de renda que não é ligada ao meio rural. Seu investimento inicial é alto e o retorno acontece em longo prazo.

Após pesquisa em dissertações, teses e artigos sobre o empreendedorismo rural feminino, verificou-se que havia mulheres empreendendo na produção de olivicultura. E através desta percepção formulou-se o problema de pesquisa: Empreender é uma opção para as mulheres no mundo rural?

O presente trabalho tem como objetivo fazer uma revisão bibliográfica sobre empreendedorismo rural feminino com ênfase na olivicultura. Sua importância é demonstrada na Pesquisa da Associação Brasileira de *Marketing* Rural e Agronegócio (ABMRA) que mostra que elas estão ganhando espaço tanto nas pequenas, médias e grandes propriedades e que a importância crescente do agronegócio veio acompanhada de uma revolução cultural. Os jovens querem ficar no campo e as mulheres não estão ficando em segundo plano e esses novos agentes estão transformando a agropecuária (GAVRAS, 2018).

Evidenciar o perfil dessas mulheres, suas características, seu pensamento, sua atuação, seus limites, necessidades, como também os motivos que as levaram a ocupar esse espaço empreendedor, até então sob o domínio exclusivo dos homens, poderá não apenas reiterar uma tendência contemporânea mas também dar condições para ampliar a ocupação desses espaços pelo gênero feminino (SEGABINAZI, 2013).

O presente trabalho foi organizado em quatro seções. Inicialmente, na Introdução, são apresentados o problema, o objetivo da pesquisa e sua relevância. Em seguida, são descritos os procedimentos metodológicos que darão suporte a pesquisa bibliográfica. Após, será apresentado os resultados e discussões e finalizando o trabalho com a conclusão.

## 2. METODOLOGIA

Quanto ao procedimento utilizado, classifica-se o estudo como pesquisa bibliográfica, por ser baseada em livros, artigos, dissertações, e sites eletrônicos. De acordo com GIL (2010) a pesquisa bibliográfica: "é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos." (GIL; 2010, p. 50). Marconi e Lakatos (2011) "A pesquisa bibliográfica, ou fontes secundárias, abrange toda a bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo" (MARCONI; LAKATOS, 2011 p.57).

Em relação à abordagem, a presente pesquisa caracteriza-se como qualitativa, a qual, segundo Minayo (2001), é aquela que trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de confiabilidade e validade.

## 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Historicamente as mulheres só entravam no mundo dos negócios rurais no falecimento do patriarca da família, quando não havia uma alternativa de sucessão, pois, na maioria das vezes, os negócios eram vendidos ou passados para um filho homem. Esta realidade, no entanto, está mudando (SEGABINAZI, 2013). As empreendedoras na área rural, agora se tornam protagonistas da nova era que está começando, como já aconteceu com os agricultores. Empresas femininas e administradas por mulheres, em um ambiente com poucos jovens, é atualmente um dos pilares das políticas do desenvolvimento rural (CHONG-GONZÁLEZ, 2016). A maior efetividade e engajamento da mulher no campo é uma tendência nos dias de hoje, mesmo constatando-se a existência de diversas barreiras que

dificultam seu trabalho (CIELO; WENNINGKAMP; SCHMIDT, 2014). A mulher possui um papel determinante na família e na sociedade na qual está inserida e, com isso, ela contribui para a economia e o desenvolvimento local (MAIA; GIELDA; MAIA, 2019). A figura da mulher como empreendedora rural é importante, pois é através dela que transcorrem políticas públicas capazes de valorizar e oportunizar as agricultoras familiares que ocupam lugares estratégicos ao desenvolvimento da sustentabilidade do meio rural, na produção de alimentos e de atividades não agrícolas (TONIAL, 2013).

Um ramo de atividade antes dominado exclusivamente por homens, o setor agropecuário começa agora a apresentar um número crescente de mulheres, tanto como trabalhadoras, assim como proprietárias e mais recentemente como empreendedoras (MAIA; GIELDA; MAIA, 2019). E na olivicultura, que está em crescimento no Brasil e no RS, as mulheres estão empreendendo também. E que o azeite de oliva é um produto com grande potencial de mercado por ser vendido rapidamente, tornando sua produção imensurável (SILVA et al., 2019). A pesquisa sobre o desenvolvimento da olivicultura no RS, que observou a potencialidade e desafios nesta cultura, obteve como resultado do estudo os fatores positivos no cultivo que englobam desde envolvimento dos agentes institucional e organizacional, à programas de apoio à produção, com recomendações técnicas, pesquisas agronômicas e organização do setor. Os desafios encontrados são diversos e englobam aprofundamento do cultivo, capacitação de mão-de-obra e conscientização do consumidor (SAUERESSIG, 2018b). Em relação às barreiras encontradas, GOMES(2018) acrescenta estradas em mau estado, tecnologias de difícil acesso, financiamentos com pequenos prazos de carência, fatores climáticos e venenos oriundos de outras culturas (GOMES, 2018). O Brasil é o segundo maior importador de azeite de oliva do mundo, com cerca de 10% do total das importações. É um mercado que vem aumentando nestes últimos 5 anos e que o azeite de origem de Portugal tem boa implantação, com mais de 50% do produto importado pelo país (BARBOSA, 2015). A importação anual brasileira de azeite passou de 26 mil toneladas em 2006 para 82 mil toneladas do produto em 2019 (OLIVABR, 2020).

#### 4. CONCLUSÕES

Através de uma pesquisa bibliográfica, verificou-se que as mulheres estão empreendendo tanto quanto os homens em empresas com menos de 42 meses de vida. Mas no ambiente rural elas continuam em menor número, apenas 15% da população rural. Elas estão inovando e criando oportunidades tanto na agropecuária como na agroindústria.

Na olivicultura, que está crescendo a importação do produto pelo aumento do consumo, as mulheres encontraram seu espaço. Em pesquisa do perfil dos produtores de olivicultura no RS, que abrangeu 44,64% das propriedades, no total de 60 produtores e destes, 17 eram mulheres, demonstrando sua efetividade e espaço na cultura. Ainda neste estudo, os autores verificaram em entrevista com as produtoras a importância da mulher e o espaço que elas vêm assumindo, assim como a diversificação nas propriedades rurais ocasionadas por elas (SILVA et al., 2019).

O empreendedorismo rural feminino ainda enfrenta barreiras e desafios, este presente estudo visa colaborar como instrumento de políticas públicas para um ambiente rural mais favorável ao empreendedorismo feminino.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BRASIL. Lei complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008. Disponível em: BARBOSA, M. N. M. DA C. Internacionalizar em parceria no setor do azeite. Lisboa: Instituto Superior de Gestão, 2015.
- CHONG-GONZÁLEZ, E. G. Rural female entrepreneurship. **Entramado**, v. 12, n. 1, p. 30–36, jun. 2016.
- CIELO, I. D.; WENNINGKAMP, K. R.; SCHMIDT, C. M. Female Participation in Agribusiness: The Case of Coopavel – Cooperativa Agroindustrial Cascavel. **Revista Capital Científico - Eletrônica**, v. 12, n. 1, 2014.
- DIEGUEZ-CASTRILLON, M. I. et al. Turismo rural, empreendedorismo e gênero: um estudo de caso na comunidade autônoma da Galiza. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 50, n. 2, p. 371–381, jun. 2012.
- GAVRAS, D. Mulheres ganham espaço no campo e ocupam 30% dos cargos de comando. **O Estado de São Paulo**. Disponível em: <<https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/542776/noticia.html?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 20 out. 2019.
- GEM, I. **Relatório Executivo - Empreendedorismo no Brasil**. [s.l: s.n.]. . Acesso em: 3 ago. 2020.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6 ed. São Paulo: Atlas 2010.
- GIMENEZ, F. A. P.; FERREIRA, J. M.; RAMOS, S. C. Empreendedorismo Feminino no Brasil: Gênese e Formação de Um Campo de Pesquisa. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 1, p. 40–74, 1 abr. 2017.
- GOMES, L. DA S. Produção de oliveiras e diversificação produtiva: uma abordagem sobre o potencial estratégico para o desenvolvimento territorial. 2018.
- MACHADO, H. P. V. Criação de empresas por mulheres: um estudo com empreendedoras em Natal, RN. São Paulo, v. 14, n. 5, p. 24, 2013.
- MAIA, F. S.; GIELDA, J. J.; MAIA, T. S. T. Empreendedorismo feminino na produção rural: um estudo no oeste catarinense. v. 4, p. 46, 2019.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- MINAYO, M. C. S. Introdução. In: MINAYO, M. C. S.; ASSIS, S. G.; SOUZA, E. R. (Org.). Avaliação por triangulação de métodos: Abordagem de Programas Sociais. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2010. pp. 19-51.
- OLIVABR. **OlivaBR Mudanças de Oliveira e Consultoria - História**. Disponível em: <<http://www.olivabr.com/site/olivicultura.php>>. Acesso em: 28 jun. 2020.
- SAUERESSIG, D. O Desenvolvimento da Olivicultura no Rio Grande do Sul: Potencialidades e Desafios. p. 122, 2018a.
- SEBRAE. **Estilos de liderança: saiba como escolher o melhor | Sebrae**. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/tres-estilos-de-lideranca-e-os-impactos-junto-aos-colaboradores,1cdea5d3902e2410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 5 jul. 2020.
- SEGABINAZI, G. G. T. A Inserção da Mulher no Agronegócio. p. 39, 2013.
- SILVA, L. G. D. et al. Olivicultura no sul do Brasil: **Revista Científica Agropampa**, v. 1, n. 1, p. 15–35, 2019.
- TONIAL, M. A. L. A participação da mulher na agroindústria familiar na perspectiva do desenvolvimento rural sustentável. 2013.