

EMPREENDEDORISMO RURAL FEMININO: MULHERES NA OLIVICULTURA DA REGIÃO SUL DO RIO GRANDE DO SUL

ALESSANDRA BANDEIRA DA ROSA
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS

ALISSON EDUARDO MAEHLER

GABRIELITO MENEZES
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS

Introdução

O presente artigo buscou entender como atuam e quais as barreiras e dificuldades das mulheres empreendedoras na olivicultura do RS. Foram realizadas entrevistas semiestruturadas e uma análise interpretativa das respostas das empreendedoras no cultivo de oliveiras. Como principais resultados encontramos mulheres motivadas com a produção do seu produto, com escolaridade mínima de graduação, que não têm essa atividade como principal fonte de renda, pois possuem outras profissões paralelas, que encontram como barreiras o machismo, estradas precárias e as condições climáticas.

Problema de Pesquisa e Objetivo

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? 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 buscar caracterizar o perfil das mulheres empreendedoras na atividade olivícola, analisar as razões por estarem empreendendo na olivicultura e identificar as barreiras enfrentadas pelas mulheres ao empreender no campo.

Fundamentação Teórica

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 das mulheres 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.

Metodologia

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. Foi traçado o perfil dessas mulheres que estão atuando na produção ou gestão e a forma como procedem no seu empreendimento. A entrevista ocorreu com as mulheres produtoras de Olivais da região sul do Rio Grande do Sul. As perguntas foram elaboradas com vistas a traçar o perfil das entrevistadas, bem como sua motivação para produzir tal cultura, a forma como atuam e limitações.

Análise dos Resultados

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. E, quanto aos anseios para os próximos anos, destacam-se ter o próprio lagar para fazer seus azeites sem depender de terceiros, aumentar a produção e manter a qualidade. Somente 1 não sabe se continuará com a propriedade, pois só tem um filho que tem outra profissão e não se interessa na produção.

Conclusão

Por meio da entrevista, 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. 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.

Referências Bibliográficas

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: . 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. BRANDÃO, J. F. et al. (2018). Liderança feminina em empresas do agronegócio. Revista Negócios em Projeção, v. 9, n. 1, p. 15.

Palavras Chave

empreendedorismo rural feminino, gênero, olivicultura

EMPREENDEDORISMO RURAL FEMININO: MULHERES NA OLIVICULTURA DA REGIÃO SUL DO RIO GRANDE DO SUL

RESUMO

O presente artigo buscou entender como atuam e quais as barreiras e dificuldades das mulheres empreendedoras na olivicultura do RS. Foram realizadas entrevistas semiestruturadas e uma análise interpretativa das respostas das empreendedoras no cultivo de oliveiras. Como principais resultados encontramos mulheres motivadas com a produção do seu produto, com escolaridade mínima de graduação, que não têm essa atividade como principal fonte de renda, pois possuem outras profissões paralelas, que encontram como barreiras o machismo, estradas precárias e as condições climáticas.

Palavras-chaves: empreendedorismo rural feminino; gênero; olivicultura; análise interpretativa.

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem mostrado nos últimos anos um crescimento surpreendente 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. No entanto, 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 (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, conseqüentemente, a inovação no processo agrícola” (FELISBINO; YAMAGUCHI, 2016, p3.).

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.

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?

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 buscar caracterizar o perfil das mulheres empreendedoras na atividade olivícola, analisar as razões por estarem empreendendo na olivicultura e identificar as barreiras enfrentadas pelas mulheres ao empreender no campo.

Esse artigo contribui para o entendimento da visão das mulheres empreendedoras do campo sobre o seu papel no meio rural, tanto nas atividades remuneradas, como domésticas e sociais, bem como sua busca por igualdade de gênero, evidenciando as barreiras e desvantagens de empreender no campo. Evidenciar o perfil destas mulheres, suas características, seu pensamento, sua atuação, seus limites, necessidades, e também os motivos que as levaram a ocupar esse espaço, 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 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 das mulheres 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 de trabalho, elas permanecem submetidas a desigualdade de gênero e ganham menos que seus colegas de profissão masculinos (BRUSCHINI, PUPIN, 2004).

No trabalho Dieguez-Castrillon et.al. 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, que analisou o impacto do programa bolsa família na oferta de trabalho no meio rural com dados do PNAD(2014), que estimou o pareamento entre mulheres que recebem e que não recebem auxílio do programa, revelou que em seu estudo que o programa Bolsa Família, não gera dependência da 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 tornando-se protagonistas da nova era que está começando, 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 dela 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. Esse trabalho abrangeu 25 municípios, que representam 44,64% da área total do Rio Grande do Sul, entrevistando 60 produtores, dos quais, 17 eram do sexo feminino com idade média de 50 anos, dado que evidencia a representatividade das mulheres neste setor. Ainda nesse estudo, os autores verificaram, em entrevista com as produtoras, a importância da mulher e o espaço que elas vêm assumindo (SILVA et al., 2019).

A pesquisa sobre o desenvolvimento da olivicultura no Rio Grande do Sul, 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 agrônomicas 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).

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

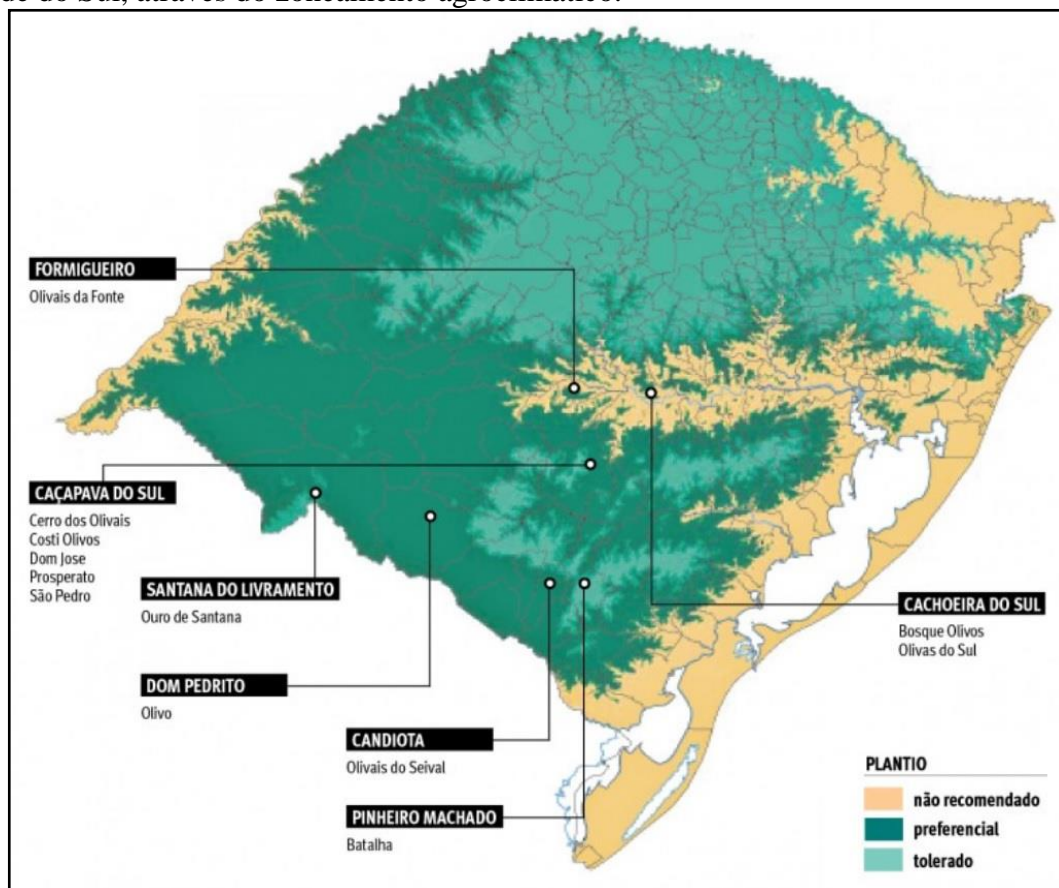


Figura 1: Zoneamento agroclimático de oliveira para o Estado do RS.

Fonte: WREGÉ 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 foram de 202 mil litros de azeites extra virgem. 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 3 anos superar os 10 mil hectares no Estado do Rio Grande do Sul, conforme dados EMATER/RS 2022 (AGROLINK, 2022).

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.

3.1 Abordagem e método

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. Foi traçado o perfil dessas mulheres que estão atuando na produção ou gestão e a forma como procedem no seu empreendimento. A entrevista ocorreu com as mulheres produtoras de Olivais da região sul do Rio Grande do Sul. 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*, com data e horário agendados. A entrevista foi semiestruturada, a qual combina perguntas abertas e fechadas, permitindo uma maior interação entre a entrevistada e a entrevistadora e foi gravada em aparelho de áudio para posterior transcrição, com autorização de consentimento das respondentes por escrito. Assim todas as entrevistas foram gravadas e transcritas na íntegra.

Essa 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), “tem como objetivo a procura dos sentidos mais amplos das respostas, o que é feito mediante sua ligação a outros conhecimentos anteriormente obtidos” (GIL, 2008, p.156).

As questões de identificação das produtoras e propriedade foram retiradas do trabalho de dissertação 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 para comparações entre o perfil estudado por esta autora e o perfil deste 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. Após a correção e a adaptação das questões sugeridas, foram marcadas as entrevistas com as mulheres empreendedoras.

3.2 Procedimento de coleta de dados e análise dos 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, p. 5):

Métodos Interpretativos de pesquisa partem do princípio que o nosso conhecimento da realidade, incluindo o domínio da ação humana, é uma construção social por atores humanos e que isso se aplica também aos pesquisadores. Assim, não há uma realidade objetiva a ser descoberta por pesquisadores e replicada por outros, em contraste com a suposição da ciência positivista. Nossas teorias a respeito da realidade são sempre

formas de dar sentido ao mundo e significados compartilhados são uma forma de intersubjetividade ao invés de objetividade (WALSHAM, 1993).

Para obter os dados da pesquisa, foi elaborada uma entrevista semiestruturada em cinco propriedades que produzem oliveiras na metade sul do Rio Grande do Sul, nas quais as mulheres têm a participação na produção dessa cultura. Para melhor identificação das entrevistadas e sigilo das mesmas, serão denominadas propriedade 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 entrevistas 3 mulheres, que serão 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 08/05/2021 a 11/06/2021, 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. Quanto às questões sobre o empreendedorismo feminino, foram colocados subtítulos em relação às perguntas feitas às entrevistadas, após as respostas referentes a tais questões.

Essas análises foram feitas com uma abordagem interpretativista, a partir da observação e triangulação de dados como: fotos, sites e folders das propriedades fornecidos pelas entrevistadas. A triangulação dos dados, segundo Yin (2010) possibilita uma maior confiabilidade e validade da pesquisa.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A análise dos resultados abrange o perfil das entrevistas, o perfil das propriedades, o empreendedorismo feminino, a motivação para empreender, a conciliação do trabalho, família e tarefas domésticas, as vantagens, desvantagens e barreiras da 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 75% das entrevistas 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. Mesmo as que já estão há mais tempo no ramo da olivicultura, demonstram o intuito de crescer no ramo e objetivam a inovação constante do cultivo, bem como o desejo de que a produção de olivicultura seja autossustentável. 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	IBRAOLIVA/ Fruts	não	sim
4C	36	Pós-graduação	Porto Alegre	IBRAOLIVA/ Fruts	não	sim
5	60	Mestrado	Pelotas	não	não	sim

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

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 à 120ha. Das variedades de oliveiras, Arbequina e Koroneike são comuns a todas as propriedades e a Arbosana é encontrada em 80% das propriedades. Todas as plantações já tiveram pelo menos uma colheita e a produção foi destinada para a extração de azeite. Embora em uma das propriedades já se tenha plantado azeitona de mesa, ainda não houve colheita.

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). A Tabela 2 apresenta o perfil das propriedades.

Tabela 2 – Identificação das propriedades

Propriedade	1	2	3	4	5
Área total (ha)	400	2800	32	4100	20
Área com Oliveiras (ha)	20	120	5	6	15
Variedade de oliveiras	Arbequina/ Koroneike/ Arbosana/ Coratina	Arbequina/ Koroneike/ Arbosana/ Coratina/ Picual	"Arbequina/ Koroneike/ Arbosana/ Picual/ Leccino"	Arbequina/ Koroneike/ Arbosana/ Picual/ Coratina Manzanilla	Arbequina/ Koroneike/ Coratina/ - pretende ter uma de cada

% Produção	extração de azeite	extração de azeite	extração de azeite	extração de azeite/ azeitona de mesa ainda não teve colheita	extração de azeite
Cidade do cultivo	Caçapava do Sul	Santana do Livramento	Bagé	Canguçu	Pelotas
Já teve produção	sim	sim	sim	sim	Sim
Olivicultura principal fonte de renda	não	não	não	não	não

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

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. Ela conclui: “Então eu acho que é unir tudo isso, proporcionar para os clientes produtos de alta qualidade, experiências inesquecíveis, eu acho que o objetivo nosso é esse”.

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. Assim, adquiriram a área, meio a meio (ela e o companheiro), e, mais tarde, ela comprou a metade que pertencia a ele.

As produtoras 4a, 4b e 4c explicaram que a motivação veio no 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.” De acordo com a Revista da Fruta (2021): “azeites produzidos no Brasil já conquistaram, em 2021, cerca de 50 medalhas em competições internacionais que ocorreram na Itália, nos Estados Unidos, em Portugal, Grécia e Japão” (REVISTA DA FRUTA, 2021, p.1).

A produtora 5 argumenta que, por se preocupar com o futuro dos filhos e netos, procurou uma atividade que possibilitasse renda para as gerações futuras. Ela conta ainda que foi uma das organizadoras do primeiro seminário de olivicultura, na região da campanha em Bagé:

“foi o que chamou a atenção para essa cultura tão maravilhosa, que é uma cultura milenar, sabemos que essa cultura é desde a época da Bíblia, escrito na Bíblia, uma coisa muito boa, tem a ver com longevidade, então a gente se identificou com essa cultura” (PRODUTORA 5, 2021).

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 pequenos, de 4 e 6 anos, que ficam com o pai quando ela viaja. Conforme a entrevistada, é necessário que ela dê 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) 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” (SPANVELLO; GOULART, LINKE, 2017, p.11).

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. Atualmente, essas entrevistadas com os filhos adultos realizam as atividades domésticas e não reclamam dessas atividades porque gostam de fazê-las ou recebem o auxílio de outra pessoa. Algumas frases na entrevista mostram que a mulher ainda sente que a obrigação doméstica é dela: “... é cansativo, mas me sinto bem assim” (PRODUTORA 5). Tal declaração confirma os relatos da entrevista de Menezes e Silva (2016), em que uma entrevistada responde: “está embutido na cabeça de todo mundo que é responsabilidade feminina, e se não pedirmos ajuda, eles nem percebem, pois não é uma obrigação” (MENEZES; SILVA, 2016, p.8).

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, por exemplo, vê como grande vantagem para a mulher fazer tudo, tanto em casa como na propriedade:

“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 mulher tendo vontade, tendo

interesse, ela faz cursos porque hoje se tem mais acesso as tecnologias para aprender, qualquer coisa que ela queira, e o que falta talvez é a dificuldade no manejo da internet que algumas tenham” (ENTREVISTADA 1).

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, pra trabalho e pra 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 seguimentos, para trabalhar, tais como: a questão da gestão, administração, nutrição, química, gastronomia, turismo e farmácia mesmo. Segundo ela, o pessoal está descobrindo novidades interessantes na folha da oliveira. E no turismo, houve grupos que visitaram a empresa (visita técnica) e outros (muitos vindos de São Paulo e do Rio de Janeiro) que adquiriram mais produtos do que se vendia ao longo de todo mês. As pessoas estão atentas a tais pontos e buscam uma qualidade de vida que elas podem se proporcionar. Nesse contexto, destacam-se as experiências de um turismo na área da campanha, que são muito interessantes. Para Brandão et al. (2019), entre as vantagens identificadas pelas mulheres, estão o trabalho em equipe, o estilo cooperativo, a divisão de decisões, o uso de intuição na análise e a solução de problemas (BRANDÃO et al., 2019).

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 acreditar em si, de ir atrás, de se qualificar, de ela 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.

Então houve comentários de que “como eles estão saindo da pecuária” e de mudar o negócio para olivicultura, “será que vai dar certo, nossa, só mulheres!” Portanto, existe sim, certo preconceito.

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”. Ela conta que já morou em outros estados e observou que a cultura machista aqui é muito forte, já tendo sofrido preconceito dentro do local de trabalho. O machismo no campo é algo tão comum que, muitas vezes, as mulheres não percebem que estão sendo afetadas por isso. Brandão et al. (2018) relatam, em entrevista com mulheres na liderança em empresas de agronegócio, que o machismo se apresenta como algo cultural, e que as mulheres sofrem machismo tanto dos colegas homens, e até mesmo de outras mulheres, por não acreditarem no potencial delas, pelo seu gênero (BRANDÃO et al., 2018).

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 consideram 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 a 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 3 a seguir apresenta a síntese das entrevistas das produtoras, conforme as respostas a entrevista.

Tabela 3 – 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: Elaborado pelos autores, 2021.

A

Tabela 3 tabela 3 faz um resumo da entrevista com as produtoras e trazem 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. Como vantagem, trabalhar sem horário fixo, com o que gosta, com vários aprendizados, ter qualidade de vida e contato com a natureza.

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. E, quanto aos anseios para os próximos anos, destacam-se ter o próprio lagar para fazer seus azeites sem depender de terceiros, aumentar a produção e manter a qualidade. Somente 1 não sabe se continuará com a propriedade, pois só tem um filho que tem outra profissão e não se interessa na produção.

5 CONCLUSÕES

O empreendedorismo rural feminino vem ganhando força e destaque em um ambiente culturalmente dominado por homens ao longo da história. Dentro deste contexto, 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.

Com base na pesquisa, foi possível identificar que as mulheres empreendedoras na atividade de olivicultura na região sul do Rio Grande do Sul têm idades entre 18 e 61 anos e, também, que apenas 1 entre as 7 entrevistadas não participa da Associação da IBRAOLIVA, mas tem interesse em participar. Dessas entrevistadas, 1 reside na propriedade, as demais precisam se deslocar para trabalhar e apenas 1 produtora não conta com a ajuda da família no trabalho da olivicultura. As entrevistadas possuem formação de, no mínimo, graduação em curso superior, sendo que mais de 50% possuem pós-graduação, indo ao encontro do trabalho de Menezes e Silva (2016) que entrevistaram 35 gestoras em organizações de agronegócio de Minas Gerais, observando que: “entre as mulheres que entrevistamos, destaca-se o alto nível de escolaridade. Apenas quatro não possuem nível superior, tendo estudado até o segundo grau, e uma possui primeiro grau incompleto”. Doze possuíam alguma pós-graduação *latu-sensu*, mestrado ou doutorado (MENEZES; SILVA, 2016, p. 9).

Por meio da entrevista, 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 – a olivicultura requer bastante investimento inicial e sua produção começa a partir de 4 anos da sua plantação –, pois possuem outras formas de renda. Por isso, pessoas de baixa renda ou que adquiriram empréstimos em longo prazo teriam mais dificuldade em investir nessa cultura.

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. Durante a entrevista, observou-se também a empolgação das entrevistadas quanto à plantação e à fabricação do azeite. As palavras por elas utilizadas – “felizes”, “gente”, “família”, “admiração” – refletem a motivação destas produtoras, sem contar a descontração e os risos, demonstrando a satisfação no trabalho que fazem.

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 por cursos tanto do SEBRAE, Senar ou mesmo na internet para quem tem o acesso. Outras barreiras significativas para essas produtoras são a falta de mão-de-obra, as estradas precárias e as condições climáticas.

Entre tais barreiras encontradas, o machismo ainda está presente na vida das produtoras. Aliás, mesmo que elas digam que podem lidar bem com isso, seus discursos demonstram a insatisfação em ter que provar o quanto são competentes na área em que atuam, em lidar com assédio no trabalho e com piadinhas de mau gosto. Porém, esses inconvenientes acontecem tanto no campo como na cidade e mudar essa postura é o que nos faz estudar e trabalhar o gênero e o empreendedorismo.

Esta pesquisa teve como limitação a impossibilidade de visitar as propriedades por conta da pandemia e um número pequeno de mulheres empreendedoras entrevistadas. Como sugestões para trabalhos futuros, seria interessante ampliar o número das entrevistadas para todo o Rio Grande do Sul e Brasil e investigar quais outras atividades que as empreendedoras femininas estão inseridas.

REFERÊNCIAS

- AGROLINK. RS. (2022). **10ª edição da Abertura Oficial da Colheita da Oliva 2022 será em Viamão**. EMATER/RS. Disponível em: https://www.agrolink.com.br/noticias/rs--10--edicao-da-abertura-oficial-da-colheita-da-oliva-2022-sera-em-viamao_460683.html. Acesso em: 06/01/2022.
- ASTORGA, P. S. S. (2021) Mulheres empresárias: Uma Abordagem a partir da teoria da Identidade Performativa. *Revista Estudos Femininos*. 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.
- 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.
- 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>.
- 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.
- 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.
- 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.php>>. 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.
- SCHUMPETER, A. J. (1982). **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.
- SEBRAE. (2020). **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.
- SEBRAE. (2021). **10 Características de um empreendedor e como adquiri-las**. Disponível em: <https://atendimento.sebrae-sc.com.br/blog/caracteristicas-de-um-empresendedor/>. Publicado: 03/08/2021. Acesso em: 04/08/2021.
- SEGABINAZI, G. G. T. (2013). **A Inserção da Mulher no Agronegócio**. p. 39, 2013.
- SAUERESSIG, D. (2018). **O desenvolvimento da olivicultura no Rio Grande do Sul: potencialidades e desafios**. 2018b.
- SILVA, A. H.; FOSSÁ, M. I. T. (2015). Análise de conteúdo: exemplo de aplicação da técnica para análise de dados qualitativos. **Qualitas Revista eletrônica**, v. 17, n. 1, p. 14, 2015.

- SILVA, S. G. DA. (2010). Preconceito e discriminação: as bases da violência contra a mulher. **Psicologia: Ciência e Profissão**, v. 30, n. 3, p. 556–571, set. 2010.
- SOUSA, A. M. R. et al. (2016). **Empreendedorismo Feminino** – análise dos desafios no gerenciamento de pequenos negócios. p. 16.
- SPANEVERELLO, 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.
- TERAMOTO, J. R. S.; BERTONCINI, E. I.; PRELA-PANTANO, A. (2013). **Mercado dos produtos da oliveira e os desafios brasileiros**. v. 43, n. 2, p. 9, 2013.
- TONIAL, M. A. L. (2013). **A participação da mulher na agroindústria familiar na perspectiva do desenvolvimento rural sustentável**. 2013.
- WALSHAM, G. (1993). **Interpreting information systems in organisations**. West Sussex: John Wiley&Sons, 1993.
- YIN, R. K. (2010). **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.