

## **MULHERES NA CAFEICULTURA: TRAJETÓRIAS, DESAFIOS E CAMINHOS DO EMPREENDEDORISMO NO MEIO RURAL**

**FERNANDA NUNES MACIEL**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS (UFLA)

**JESSICA FERREIRA HELVECIO**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS (UFLA)

**CAROLINE MENDONÇA NOGUEIRA PAIVA**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS (UFLA)

**GUSTAVO NUNES MACIEL**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS (UFLA)

**ALESSANDRO SILVA DE OLIVEIRA**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS (UFLA)

### **Agradecimento à orgão de fomento:**

O presente trabalho foi realizado com o apoio das seguintes agências: Fundação de Amparo à Pesquisa de Minas Gerais (FAPEMIG), (número do projeto: CSA APQ 02264/22); Fapesp (processos nº2022/09319-9; nº 2025/10368-2 e nº 2023/18453-3). Agradecimentos à Universidade Federal de Lavras (UFLA) e ao Agritech UFLA pelo apoio técnico e didático.

# MULHERES NA CAFEICULTURA: TRAJETÓRIAS, DESAFIOS E CAMINHOS DO EMPREENDEDORISMO NO MEIO RURAL

## 1. Introdução

O empreendedorismo rural tem ganhado destaque nas últimas décadas como uma estratégia que auxilia no desenvolvimento socioeconômico de comunidades agrícolas. No Brasil, a agricultura familiar representa um dos principais pilares desse processo, desempenhando papel central na produção de alimentos, na geração de renda e na fixação da população no campo (Brasil, 2006). Dentro desse cenário, o empreendedorismo é reconhecido por sua capacidade de gerar inovação, emprego e soluções sustentáveis para os desafios que permeiam o meio rural (Venkataraman, 2019).

A cafeicultura, uma das atividades mais tradicionais e relevantes para a economia brasileira, destaca-se como um ambiente propício à manifestação de práticas empreendedoras, especialmente no estado de Minas Gerais, que responde por cerca de 51,8% da produção nacional de café, com 28,1 milhões de sacas de 60 kg em 2024, sendo o Sul de Minas uma das principais regiões produtoras de café arábica (Conab, 2021; Conab, 2024). O setor não apenas contribui significativamente para o Produto Interno Bruto (PIB) do agronegócio, representando cerca de 10% do PIB agrícola brasileiro (Barros et al., 2016), mas também movimentada cadeias de valor que vão desde a produção primária até a comercialização e exportação (Cecafé, 2022).

Dentro dessa complexa cadeia produtiva, a trajetória do empreendedorismo rural brasileiro é marcada por contrastes. Enquanto alguns produtores enxergam oportunidades de crescimento e diversificação de negócios, outros empreendem por necessidade, impulsionados pela falta de alternativas de emprego e renda (Dornelas, 2008). Essa realidade é ainda mais desafiadora para as mulheres, cuja atuação no campo, embora histórica e intensa, tem sido sistematicamente invisibilizada. As mulheres sempre estiveram presentes nas diversas etapas da produção agrícola, incluindo o cultivo, a colheita, o beneficiamento e a comercialização do café. Contudo, durante muito tempo, sua participação foi reduzida à condição de mão de obra auxiliar, com pouca ou nenhuma visibilidade nas esferas de decisão e gestão (Souza et al., 2021).

Com o passar dos anos, o papel das mulheres na agricultura começou a ser reconhecido por sua importância social e econômica. No âmbito internacional, organismos como a Organização das Nações Unidas (ONU) e a Organização Internacional do Trabalho (OIT) têm enfatizado a necessidade de promover a igualdade de gênero como estratégia para o desenvolvimento sustentável (OIT, 2019). No Brasil, dados do Censo Agropecuário de 2017 indicam que cerca de 1,7 milhão de mulheres estão envolvidas diretamente na gestão ou codireção de estabelecimentos agropecuários, com 13,2% dos estabelecimentos cafeeiros dirigidos por mulheres em 2017 (IBGE, 2019). Apesar dos avanços, as mulheres rurais continuam enfrentando múltiplas barreiras, incluindo o acesso limitado à terra, ao crédito, à assistência técnica e à capacitação (Souza et al., 2021). Além disso, a sobrecarga de trabalho relacionada à conciliação entre as atividades produtivas e as tarefas domésticas é uma realidade que impacta diretamente sua capacidade de desenvolver projetos empreendedores mais robustos (Pontes et al., 2023). Essas limitações estruturais refletem-se na baixa representatividade feminina em cargos de liderança em cooperativas, sindicatos e organizações do setor agropecuário, bem como na sua participação ainda tímida em eventos de comercialização, capacitação e pesquisa (Endo; Back; Hofer, 2018).

Iniciativas de capacitação, como as promovidas pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR), têm buscado amenizar esse cenário ao oferecer treinamentos voltados à gestão de negócios, tecnologias de produção e empreendedorismo rural (SENAR,

2015). Tais ações visam fortalecer as capacidades gerenciais das mulheres, preparando-as para enfrentar os desafios do mercado e ampliando suas oportunidades de inserção econômica.

A valorização do empreendedorismo feminino também está alinhada com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), particularmente o ODS 5, que busca a igualdade de gênero, e o ODS 2, que trata da erradicação da fome e promoção de uma agricultura sustentável (ONU, 2017). A ampliação do protagonismo das mulheres na cafeicultura contribui não apenas para o fortalecimento da economia local, mas também para a promoção da segurança alimentar, da inclusão social e do desenvolvimento de comunidades rurais mais resilientes.

Além de sua importância econômica, a atuação das mulheres na cafeicultura representa uma transformação social. Muitas produtoras têm assumido funções de liderança, criando redes de colaboração e buscando certificações que agregam valor ao produto final, como o café especial ou de comércio justo (Silva et al., 2013). Essa nova configuração aponta para um cenário em que a figura da mulher deixa de ser vista apenas como uma auxiliar da produção e passa a ser reconhecida como empreendedora, gestora e agente de transformação no meio rural (Bracht; Werlang, 2015).

Considerando essa realidade, o presente estudo tem como objetivo analisar as experiências, os desafios e as estratégias desenvolvidas por mulheres produtoras de café em Minas Gerais, com foco em suas trajetórias produtivas, relações sociais e processos de reconhecimento enquanto agentes de transformação no meio rural. Por meio de uma abordagem qualitativa, a pesquisa busca dar voz a essas produtoras, evidenciando como o empreendedorismo tem se configurado como uma via para o fortalecimento de sua autonomia e para a construção de novos espaços de atuação e visibilidade no campo.

## **2. Fundamentação Teórica**

### **2.1 Empreendedorismo Rural**

O empreendedorismo rural tem se configurado como uma resposta estratégica às mudanças e aos desafios impostos ao meio rural nas últimas décadas. Em um ambiente marcado por transformações tecnológicas, sociais, políticas e econômicas, os agricultores têm buscado alternativas para garantir a sustentabilidade de suas atividades e a manutenção de sua permanência no campo (Quinto; Marchi; Soares, 2022). Essas iniciativas envolvem não apenas a adoção de novas tecnologias ou a diversificação da produção, mas também a incorporação de práticas de gestão e inovação que caracterizam o comportamento empreendedor no meio rural (Santos; Alves; Dewes, 2021).

Embora o conceito de empreendedorismo tenha surgido em contextos urbanos e industriais, a sua aplicação ao ambiente rural tem ganhado reconhecimento acadêmico e político apenas nas últimas décadas (Pinto; Martens; Scazzioti, 2023). Inicialmente, associar agricultores familiares ao empreendedorismo parecia uma incongruência, dada a imagem tradicional do agricultor como agente de produção de subsistência, distante das dinâmicas de mercado (Tomei; Lima, 2014). No entanto, a realidade demonstra que, mesmo com limitações estruturais, muitos agricultores familiares têm empreendido dentro de suas condições, criando soluções criativas e inovadoras para os desafios enfrentados (Santos; Santos, 2006).

A literatura destaca que a ação empreendedora no meio rural pode ocorrer em diversas frentes, como a adoção de novas técnicas de cultivo, a transformação de matérias-primas na propriedade, a diversificação de produtos e a busca por novos mercados (Chaves et al., 2010).

Kahan (2012) reforçam que o empreendedor rural é aquele que, mesmo diante de um ambiente de incertezas e limitações, consegue visualizar oportunidades, assumir riscos e tomar decisões que impactam positivamente a produtividade e a sustentabilidade de sua propriedade. Essa postura empreendedora envolve, além da capacidade técnica, competências gerenciais e de liderança, fundamentais para o sucesso no ambiente competitivo atual (Flaviano et al., 2019).

A gestão estratégica no meio rural, segundo Arnold (2011), demanda uma revisão de paradigmas, com o produtor rural deixando de ser apenas um executor de tarefas agrícolas e passando a atuar como gestor de um negócio, capaz de interpretar o ambiente externo, planejar investimentos e tomar decisões com base em informações mercadológicas. Essa transformação exige não apenas conhecimentos técnicos, mas também o desenvolvimento de habilidades relacionadas à inovação, à liderança e ao gerenciamento de riscos (DalMoro et al., 2022).

O conceito de empreendedorismo rural também tem sido ampliado por abordagens institucionais, que consideram a capacidade dos atores rurais de configurar e transformar as instituições locais, influenciando regras, normas e práticas sociais (Tomei; Lima, 2014). Essa perspectiva reforça o papel do empreendedor rural como agente ativo na construção de um ambiente favorável à inovação e ao desenvolvimento econômico local (McElwee, 2006).

Além dos aspectos econômicos, o empreendedorismo rural envolve dimensões sociais e culturais. Segundo Tibério (2016), é importante diferenciar o "empreendedorismo rural", que possui uma relação endógena com o território e com o desenvolvimento local, do "empreendedorismo em espaço rural", que pode ter uma perspectiva meramente empresarial, desarticulada da realidade local. Essa distinção auxilia a compreender as especificidades do empreendedorismo no campo, sobretudo quando se busca promover estratégias de desenvolvimento territorial sustentável.

A diversidade de perfis empreendedores também é destacada por autores como Brito e Honrado (2021), que enfatizam as características comportamentais do empreendedor, como a necessidade de realização, liderança, persistência e audácia. Estudos mais recentes apontam para a importância das redes de cooperação e da formação de arranjos produtivos locais como elementos facilitadores do empreendedorismo rural (Freitag et al., 2024). Ainda que o empreendedorismo rural no Brasil seja um campo em construção, evidências apontam que ele tem contribuído de maneira significativa para o desenvolvimento econômico, a geração de empregos e a melhoria da qualidade de vida no meio rural (Arnold, 2011). A adaptação a um ambiente externo cada vez mais competitivo e a necessidade de inovação contínua reforçam a importância de capacitar os agricultores para atuar de forma empreendedora, utilizando ferramentas de gestão, planejamento e análise de mercado (Endo; Back; Hofer, 2018).

Por fim, a literatura também sugere que o fortalecimento do empreendedorismo rural depende de um conjunto de fatores, incluindo políticas públicas de apoio, acesso a crédito, assistência técnica de qualidade e programas de formação e capacitação contínua (Pato; Teixeira, 2016). Nesse sentido, compreender as especificidades do empreendedorismo no meio rural é fundamental para a formulação de estratégias que promovam o desenvolvimento sustentável, a inclusão produtiva e a valorização da agricultura familiar no Brasil.

## **2.2 Empreendedorismo Feminino Rural e Mulheres na Cafeicultura**

A atuação das mulheres no meio rural é tradicionalmente associada ao espaço privado e às atividades reprodutivas, como o cuidado da casa, dos filhos e dos idosos, as mulheres agricultoras foram por muito tempo consideradas "ajudantes" de seus maridos, tendo sua contribuição econômica desvalorizada e, muitas vezes, ignorada pelas estatísticas oficiais (Silva, 2019). No meio rural, essa lógica se expressa, pois muitas das atividades desempenhadas pelas mulheres, como o cuidado com hortas, animais de pequeno porte, processamento de alimentos e atividades domésticas, são vistas como extensões do trabalho doméstico, apesar de contribuírem diretamente para a renda e segurança alimentar da família (Santos; Bohn; Almeida, 2020).

Com as transformações sociais, econômicas e culturais vivenciadas nas últimas décadas, especialmente com o avanço da agricultura familiar e a valorização de práticas sustentáveis, a participação das mulheres vem ganhando maior visibilidade. As "novas ruralidades" apontam para a diversificação das atividades econômicas e a valorização de saberes tradicionais, nos

quais o papel das mulheres se destaca (Karam, 2004). Na agricultura orgânica e agroecológica, por exemplo, as mulheres têm protagonizado iniciativas inovadoras e sustentáveis, atuando tanto na produção quanto na comercialização e articulação comunitária.

Além disso, há um avanço no reconhecimento das mulheres como agricultoras e chefes de unidade produtiva, o que se reflete no crescimento de sua participação em movimentos sociais, cooperativas, associações e fóruns de formulação de políticas públicas. Entretanto, mesmo com esses avanços, elas ainda enfrentam dificuldades relacionadas ao acesso à terra, ao crédito, à assistência técnica e à formação profissional (Silva, 2019; Nascimento et al., 2017).

Esse movimento de afirmação feminina se manifesta na cafeicultura brasileira. A atuação das mulheres na cafeicultura brasileira é resultado de um processo histórico de invisibilidade e, mais recentemente, de afirmação e reconhecimento social, econômico e político. Por muito tempo, a participação feminina foi naturalizada como uma extensão das responsabilidades domésticas, o que contribuiu para sua exclusão das estatísticas oficiais e dos espaços de decisão dentro da produção agrícola (IWCA Brasil, 2022). Essa realidade era sustentada por uma cultura patriarcal que restringia o papel das mulheres às tarefas consideradas de apoio, como os trabalhos mais minuciosos na colheita, na seleção dos grãos e no terreiro (Bastos, 2019).

Segundo Ferguson e McNally (2013), muitas mulheres tiveram sua infância marcada pelo cotidiano da lavoura, aprendendo sobre o sistema produtivo a partir da observação e da participação direta nas atividades agrícolas, sempre acompanhadas por mães e avós. Ainda assim, essa aprendizagem foi, por muito tempo, desconsiderada como capital produtivo. Bastos (2019) complementa que o protagonismo feminino na cafeicultura, até pouco tempo, era quase inexistente, com as mulheres sendo vistas apenas como mão de obra auxiliar, cujas funções complementavam o trabalho dos homens.

Essa percepção começou a se alterar a partir de transformações sociais, políticas e econômicas que promoveram a valorização da agricultura familiar e das questões de gênero no meio rural (Pontes et al., 2023). A publicação de obras como o livro “Mulheres dos Cafés no Brasil” (Bastos, 2019), fruto de uma parceria entre a Embrapa Café, e a IWCA (International Women's Coffee Alliance) Brasil, representa um marco na visibilização dessas trajetórias, ao apresentar histórias de vida de mulheres que, historicamente vinculadas ao café, passaram a assumir posições de protagonismo na produção, gestão e comercialização.

Dados recentes reforçam a ampliação da presença feminina no setor. O Censo Agropecuário de 2017, conduzido pelo IBGE, trouxe pela primeira vez dados específicos sobre gênero na produção de café. Os resultados indicaram que mais de 40 mil estabelecimentos agrícolas produtores de café no Brasil são dirigidos por mulheres, o que corresponde a 13,2% do total nacional (IBGE, 2019).

O fortalecimento das redes femininas tem sido um fator importante para esse processo de transformação. A criação da Aliança Internacional das Mulheres do Café (IWCA), fundada no início do século XXI e presente no Brasil desde 2012, representa um marco nesse movimento. A IWCA tem como missão ampliar as oportunidades de capacitação, promover o empoderamento feminino e facilitar o acesso das produtoras aos mercados nacional e internacional, por meio de ações que incluem palestras, treinamentos e a promoção de conexões comerciais (IWCA Brasil, 2022). Durante a pandemia da COVID-19, a IWCA demonstrou capacidade de adaptação ao oferecer capacitações online, reforçando seu compromisso com a formação contínua das mulheres do setor.

Mesmo diante desses avanços, os desafios permanecem. A desigualdade de gênero ainda se expressa na dificuldade de acesso a crédito, nas diferenças salariais e na sub-representação das mulheres em cargos de liderança (Ferguson; McNally, 2013). No entanto, estudos apontam que propriedades geridas por mulheres apresentam, em muitos casos, resultados produtivos e

econômicos superiores, demonstrando a capacidade técnica e gerencial dessas produtoras (Franceschini, 2017).

A literatura também destaca a multifuncionalidade do papel feminino no campo, envolvendo dimensões produtivas, sociais, culturais e ambientais. Segundo Souza et al. (2021), a mulher rural exerce funções estratégicas na sustentabilidade das propriedades e na manutenção da coesão social nas comunidades cafeeiras. Essa visão é reforçada por Lovatto (2010) ao afirmar que o protagonismo feminino tem sido fundamental para a adoção de práticas sustentáveis, para a diversificação de mercados e para a construção de novas formas de organização social e produtiva.

Portanto, a trajetória das mulheres na cafeicultura brasileira reflete a construção de novos espaços de reconhecimento e protagonismo. A ampliação da presença feminina na gestão das propriedades, a inserção em mercados diferenciados e a participação ativa em organizações representativas apontam para um cenário de transformação em curso, que exige atenção contínua de pesquisadores, formuladores de políticas públicas e agentes do setor cafeeiro (Pontes et al., 2023).

### **3. Metodologia**

A presente pesquisa adota uma abordagem qualitativa, de caráter exploratório e descritivo, com o objetivo de analisar as experiências, os desafios e as estratégias desenvolvidas por mulheres produtoras de café em Minas Gerais. A abordagem exploratória é apropriada para investigar temáticas ainda pouco exploradas, como o empreendedorismo feminino na cafeicultura, enquanto o caráter descritivo permite detalhar as dinâmicas presentes no contexto regional (Gil, 2008; Triviños, 1987).

#### **3.1 Seleção das participantes**

A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas com dez produtoras de café, selecionadas em cinco municípios do Sul de Minas Gerais: Nazareno, Santo Antônio do Amparo, Bom Sucesso, Oliveira e Cambuquira. A escolha das participantes foi intencional, buscando diversidade em termos de tempo de atuação na cafeicultura, tipo de propriedade (familiar ou comercial) e nível de envolvimento em redes associativas (ex.: cooperativas ou associações de mulheres). Os critérios de inclusão incluíram: (a) ser mulher e atuar diretamente na gestão ou produção de café, (b) residir e trabalhar em propriedades localizadas no Sul de Minas Gerais, e (c) ter pelo menos dois anos de experiência na atividade cafeeira, garantindo familiaridade com os desafios e práticas do setor. A seleção abrangeu produtoras com idades entre 25 e 60 anos, refletindo diferentes gerações e perspectivas. Suas propriedades variam de 13 a 148 hectares, com áreas destinadas ao cultivo de café. Todas as entrevistadas possuem formação superior, com trajetórias profissionais que abrangem áreas como educação básica e superior, administração, jornalismo, comunicação digital, pedagogia e perícia judicial.

A escolha de dez entrevistadas foi justificada pela saturação teórica, na qual novos dados começaram a apresentar redundâncias nas categorias temáticas identificadas, como motivações, desafios e estratégias de gestão (Fontanella, Magdaleno Júnior, 2012). Embora a inclusão de outras regiões cafeeiras de Minas Gerais, como o Cerrado Mineiro ou as Matas de Minas, pudesse ampliar a representatividade, o foco no Sul de Minas foi mantido devido à sua relevância como principal região produtora de café arábica no Brasil, responsável por cerca de 25% da produção nacional (Alves; Linder, 2020).

#### **3.2. Procedimentos de Coleta de Dados**

As entrevistas foram conduzidas com base em um roteiro semiestruturado, elaborado previamente e validado por especialistas em pesquisa qualitativa. O roteiro abrangeu questões

sobre o perfil das produtoras (ex.: idade, formação, tipo de propriedade), suas trajetórias na cafeicultura, principais desafios e estratégias de enfrentamento, práticas de gestão, participação em redes, processos de capacitação e expectativas futuras. As entrevistas ocorreram entre junho e julho de 2025, de forma remota, utilizando plataformas de videoconferência, devido à disponibilidade das entrevistadas e às restrições logísticas do período de colheita. Cada entrevista teve duração média de 50 a 60 minutos e foi gravada com o consentimento das participantes, garantindo a confidencialidade e o uso ético dos dados. As gravações foram transcritas na íntegra para análise posterior.

### **3.3. Análise dos Dados**

A análise dos dados seguiu a técnica de análise de conteúdo temática proposta por Bardin (2011). O processo envolveu três etapas: (a) pré-análise, com leitura flutuante das transcrições para familiarização com o conteúdo; (b) exploração do material, com codificação e categorização das unidades de significação; e (c) tratamento dos resultados, com interpretação das categorias em diálogo com a literatura. As categorias temáticas foram definidas de forma indutiva, com base nas falas das entrevistadas, e incluíram motivações, desafios, formas de organização, capacitação, relações sociais e expectativas futuras.

## **4. Análise dos Resultados**

A apresentação dos resultados está estruturada em categorias temáticas definidas a partir da leitura aprofundada das entrevistas, do referencial teórico adotado e da técnica de análise de conteúdo proposta por Bardin (2011). A construção dessas categorias foi orientada por uma abordagem indutiva e interpretativa, considerando os sentidos nas falas das entrevistadas e os conceitos discutidos na literatura sobre empreendedorismo rural e gênero.

As categorias refletem dimensões centrais da experiência das mulheres na cafeicultura e servem de base para a análise dos dados coletados. São elas: (1) motivações para a inserção na cafeicultura, que englobam os fatores familiares, identitários e afetivos que impulsionam a entrada das mulheres na atividade; (2) desafios enfrentados, que abordam as barreiras estruturais, simbólicas e relacionais vivenciadas pelas produtoras; (3) formas de organização e gestão da produção, relativas às estratégias adotadas para condução do negócio, participação em redes e práticas colaborativas; (4) trajetórias de capacitação e aprendizado, que exploram os percursos formativos, saberes empíricos e busca por qualificação; (5) relações sociais e reconhecimento, que tratam dos impactos da atuação feminina no meio familiar, comunitário e institucional; e (6) expectativas futuras e perspectivas, que revelam os planos, desejos e projeções das mulheres em relação à continuidade e expansão de suas atividades. A seguir, cada uma dessas dimensões será analisada com base nos relatos das entrevistadas, dialogando com a literatura.

### **4.1 Motivações para a inserção na cafeicultura**

A análise das entrevistas revelou que a inserção das mulheres na cafeicultura está ligada a fatores intergeracionais, familiares e identitários. Muitas das produtoras iniciaram suas atividades a partir da convivência com pais, avós ou companheiros envolvidos com o café. Essa entrada, muitas vezes, não se deu de forma planejada, mas foi sendo construída ao longo do tempo, principalmente por meio da observação e do trabalho direto nas lavouras.

Como destaca Ferguson e McNally, (2013), a socialização precoce das mulheres no trabalho agrícola é marcada por vivências cotidianas que, embora relevantes para a construção de habilidades produtivas, raramente foram reconhecidas como tal. Isso é evidenciado no relato da entrevistada 1: *“Meu pai era produtor de café e fui me envolvendo aos poucos. No começo, era só ajudando. Depois fui tomando gosto”*. A fala da Entrevistada 1 reflete o que Bastos

(2019) chama de invisibilização da aprendizagem produtiva das mulheres, muitas vezes percebida como extensão das tarefas domésticas.

Por outro lado, há também trajetórias marcadas por rupturas e recomeços, nas quais a cafeicultura surge como alternativa viável de renda, autonomia e permanência no campo. A entrevistada 2 afirma: *“Depois que me separei, assumi a lavoura. Não foi fácil, mas é meu sustento hoje”*. Esse depoimento se conecta com a noção de “empreendedorismo por necessidade” discutida por Dornelas (2008) e retomada por Bastos (2019), que evidencia como muitas mulheres recorrem à agricultura como alternativa de sobrevivência diante de limitações sociais e econômicas.

Além disso, algumas entrevistadas apontam a paixão pela cultura do café e o desejo de continuar um legado familiar como fatores motivadores. É comentado pela Entrevistada 3: *“Meu avô plantava café, meus pais também, e eu senti que era meu dever continuar”*. Tal sentimento de pertencimento ao território e à cultura produtiva local é analisado por Karam (2004) no contexto das “novas ruralidades”, em que a agricultura deixa de ser apenas uma atividade econômica e passa a incorporar significados simbólicos e identitários.

Essas motivações não são homogêneas e revelam a complexidade das trajetórias femininas no campo, envolvendo dimensões econômicas, culturais e afetivas. Como reforça Souza et al. (2021), o papel das mulheres na agricultura não pode ser compreendido apenas pela lógica da produtividade, sendo necessário reconhecer sua função estratégica na coesão social e no desenvolvimento sustentável das comunidades rurais.

Portanto, a inserção das mulheres na cafeicultura, longe de ser um movimento pontual, configura-se como parte de um processo histórico e social mais amplo, que envolve tanto a continuidade de saberes tradicionais quanto a busca por reconhecimento, autonomia e protagonismo. Nesse sentido, a trajetória das produtoras entrevistadas corrobora os achados de Franceschini (2017), ao demonstrar que, mesmo diante de barreiras estruturais, as mulheres têm se posicionado como agentes centrais na dinâmica produtiva do café em Minas Gerais.

#### **4.2 Desafios enfrentados pelas produtoras**

As entrevistas revelam que as mulheres inseridas na cafeicultura mineira enfrentam desafios que transcendem as questões técnicas e estruturais, alcançando esferas simbólicas, sociais e emocionais. Conforme IWCA Brasil (2022), as desigualdades de gênero ainda operam de forma persistente no cotidiano produtivo, limitando o reconhecimento da autoridade feminina nas propriedades e dificultando sua inserção plena em redes de comercialização e decisão.

Um dos principais desafios apontados diz respeito à subestimação da capacidade técnica das mulheres:

Às vezes, acho que por a gente ser mulher, acham que a gente não tem conhecimento. Aí joga o preço do balaio lá em cima. Tem essas maldades que a gente aprende com o tempo (Entrevistada 8).

Esse tipo de prática demonstra como as mulheres ainda enfrentam formas sutis (e nem sempre tão sutis) de discriminação, sobretudo em interações comerciais, reforçando o que aponta Silva (2019) sobre a invisibilidade da contribuição econômica feminina no campo.

A questão do reconhecimento e da visibilidade como tomadoras de decisão também se mostrou sensível. A entrevistada 4 compartilhou uma experiência que exemplifica a exclusão simbólica em eventos técnicos:

Fui numa feira, a Expocafé, e eu estava com meu tio e meu marido. As pessoas atenderam os dois, pegaram os dados deles e me ignoraram. Me incomodou, sabe? Porque, poxa, eu sou tomadora de decisão (Entrevistada 4).

A fala da entrevistada 4 ecoa o que descrevem IWCA Brasil (2022), ao evidenciar como a cultura patriarcal ainda orienta o tratamento dado às mulheres em espaços comerciais e técnicos, dificultando sua plena inserção como agentes autônomos no setor cafeeiro. A percepção de que o homem ainda é visto como o protagonista natural da propriedade rural também foi enfatizada:

Em muitos momentos, principalmente no dia a dia ou em eventos, eu sinto que as mulheres não são vistas como protagonistas dentro da cafeicultura ou da propriedade rural. Ele já é visto como protagonista. (Entrevistada 6)

Esse imaginário social reforça a necessidade de visibilizar a gestão feminina e desconstruir a associação entre autoridade produtiva e masculinidade (Kahan, 2012).

Por outro lado, algumas entrevistadas demonstraram certa resistência em atribuir os desafios à condição de gênero. Quando questionada diretamente sobre esse aspecto, a entrevistada 10 afirmou: *“Então, eu acho que não.”* Esse tipo de resposta pode estar relacionado à naturalização das desigualdades enfrentadas ou a um posicionamento estratégico de enfrentamento, como apontam estudos que discutem a ambivalência na percepção da discriminação de gênero no meio rural (Silva et al., 2013).

A entrevistada 5, por sua vez, reconheceu as dificuldades, mas ponderou sobre avanços recentes: *“Então é, realmente, de uma forma geral, as mulheres têm alguma dificuldade, mas acho que, pelo que eu vejo, está dando tudo certo, a gente está conseguindo.”* A fala sugere a existência de resiliência e adaptação diante dos desafios, indicando uma percepção de mudança, ainda que lenta, no reconhecimento do papel das mulheres na cafeicultura. Em conjunto, esses depoimentos ilustram um cenário multifacetado, no qual persistem barreiras estruturais, simbólicas e relacionais. Entretanto, as vozes das entrevistadas também revelam estratégias de enfrentamento, fortalecimento da autoestima e construção de trajetórias autônomas, sinalizando caminhos possíveis para o protagonismo feminino no campo.

### **4.3 Formas de organização e gestão da produção**

A gestão da produção no meio rural exige, além de habilidades técnicas, capacidades gerenciais que envolvem planejamento, tomada de decisão e articulação em redes organizativas. No caso das mulheres produtoras de café, essas competências têm sido historicamente subestimadas, mas sua presença na liderança das propriedades e em espaços associativos vem se tornando mais visível e relevante (Arnold, 2011).

Outro aspecto recorrente nas entrevistas é a adesão a redes de apoio institucional, como associações, cooperativas e programas de certificação:

*“A gente faz parte de algumas cooperativas [...] agora, a gente entrou em uma cooperativa no ano passado, que foi a San Coffee, e lá eles têm um projeto muito interessante, que é o Nascentes, que é um projeto para café de mulheres. É muito legal (Entrevistada 9).*

Essa fala confirma o papel das organizações coletivas na promoção do protagonismo feminino, ao oferecerem espaços de valorização da produção e visibilidade das mulheres, conforme discutido por IWCA Brasil (2022).

A entrevistada 2 também participa ativamente de diferentes redes: *“Faço parte da associação de cafeicultor daqui de Oliveira [...] da Sancoffee [...] consegui o selo Certifica Minas [...] faço parte da Amagre, que é uma associação de mulheres de Perdões.”* A multiplicidade de vínculos demonstra a busca por legitimação da produção e inserção em mercados diferenciados, o que se articula com a noção de empreendedorismo territorial (Tibério, 2016), que reconhece a importância das conexões locais e dos recursos simbólicos e institucionais para o fortalecimento da atividade produtiva.

Existem desafios que são muito intrínsecos à mulher. Realmente se torna uma rede de apoio, uma rede cooperativista, né? De networking. Ali que a gente consegue trabalhar e criar projetos para realmente mostrar para, enfim, se apoiar e mostrar para as mulheres assim, a força que elas realmente têm (Entrevistada 6).

Esse depoimento ressoa com os estudos de Souza et al. (2021), que ressaltam a importância das redes de apoio como catalisadoras de práticas empreendedoras no meio rural, sobretudo entre mulheres que enfrentam entraves históricos de acesso a recursos e reconhecimento social.

Assim, as estratégias de organização e gestão adotadas pelas entrevistadas indicam não apenas competências gerenciais, mas também resistência e ressignificação de papéis historicamente atribuídos às mulheres no campo. A literatura confirma que o fortalecimento dessas práticas depende de políticas públicas de apoio, formação técnica e reconhecimento institucional (Pato; Teixeira, 2016).

#### **4.4 Trajetórias de capacitação e aprendizado**

As trajetórias de aprendizado das mulheres produtoras entrevistadas revelam uma construção híbrida entre saberes formais, adquiridos em cursos e capacitações, e conhecimentos práticos, herdados de gerações anteriores e desenvolvidos no cotidiano da lavoura. Essa combinação auxilia na compreensão de como essas mulheres constroem suas práticas e desenvolvem competências empreendedoras no campo, confirmando os apontamentos de Tibério (2016) sobre a importância da integração entre capacitação técnica e experiências locais.

As participantes relataram já terem buscado e concluído cursos e capacitações tanto relacionados ao cultivo do café quanto à gestão. A entrevistada 2 destaca: *“O ano passado eu fiz um curso de prova de café com o pessoal da Emater, fiz também um de produção de cafês especiais. A gente sempre vai buscando conhecimento.”* Esse compromisso contínuo com o aprendizado demonstra não apenas o desejo de aprimoramento profissional, mas também a percepção da capacitação como uma ferramenta estratégica para ampliar a qualidade do produto e o valor agregado na comercialização (Arnold, 2011).

As participantes também indicaram desafios logísticos para a participação em cursos, principalmente durante a época da colheita, que demanda maior dedicação às atividades operacionais. Como destacou a entrevistada 7: *“Agora nessa época da panha, por exemplo, é mais difícil parar para fazer curso.”* Esse apontamento reforça a importância de uma oferta de capacitação flexível, que considere o calendário agrícola e as especificidades da rotina das mulheres produtoras. A própria IWCA Brasil (2022) reconhece essa necessidade, ao promover ações de formação que respeitam o tempo e as condições das cafeicultoras, buscando conciliar qualificação profissional com a realidade do campo.

Além dos cursos formais, o aprendizado prático continua sendo valorizado como parte central da formação dessas mulheres:

O meu sonho sempre foi trabalhar na roça com o meu pai. Sempre foi meu sonho, não tem idade para sonho. Né? E vamos trabalhando e estamos aqui aprendendo. E aí a gente acaba aprendendo, pondo a mão na massa, né? E estamos com a mão na massa aqui.

A aprendizagem por meio da vivência direta é um saber que se constitui na prática, no convívio familiar e na transmissão intergeracional, evidenciando que o conhecimento técnico não substitui, mas complementa o saber empírico e tradicional (Santos; Santos, 2006; Silva, 2019).

Assim, a trajetória formativa das mulheres da cafeicultura combina diferentes formas de saber, reunindo conhecimento técnico, experiência prática e redes de troca de saberes, fortalecendo sua autonomia e reafirmando seu papel como protagonistas no meio rural.

#### 4.5 Relações sociais e reconhecimento

A cafeicultura, para além de seu papel econômico, tem representado uma fonte de reconhecimento, pertencimento e transformação pessoal na trajetória das mulheres entrevistadas:

A cafeicultura te abre portas e possibilidades e oportunidades para você realmente crescer, sabe? Acho que financeiramente, com certeza, mas como pessoa também sabe, a resiliência, desenvolvimento de habilidades que a agricultura exige.” Ela ainda enfatiza a importância da sucessão familiar: “A possibilidade de dar continuidade ao legado que o meu avô deixou, um legado que eu quero manter e levar para frente (Entrevistada 4).

Ao refletir sobre como sua atuação transformou sua posição social, a entrevistada 4 relata: “*Acho que quando eu cheguei tinha uma desconfiança: será que ela vai continuar? Será que vai dar conta? Hoje eu sinto que consegui provar que não estou brincando e que eu realmente vesti a camisa da empresa. [...] Acho que existe sim uma mudança, como todo mundo me vê.*”

Essa percepção de mudança evidencia não apenas a superação de barreiras de gênero, mas também o reconhecimento conquistado pela atuação responsável e comprometida, confirmando o que Franceschini (2017) e IWCA Brasil (2022) destacam sobre o protagonismo crescente das mulheres na cafeicultura.

A entrevistada 5 compartilha relato semelhante: “*A fazenda faz parte da rotina da família 100% do tempo. [...] E aí, ano passado, a gente ganhou o prêmio que eu fermentei no café. [...] Foi um presente da vida que eu não esperava. [...] Isso deu um gás muito grande. [...] Dá uma confiança maior.*”

A conquista de reconhecimento público, por meio de premiações e resultados positivos, fortalece a legitimidade da mulher como gestora rural, dialogando com Bastos (2019) sobre a importância da visibilidade feminina no setor.

A entrevistada 2 também relata impactos familiares e comunitários: “*Impacta na forma de eu mostrar para as minhas filhas que a gente tem que buscar o que a gente gosta, com competência e com sabedoria. [...] A busca pelo conhecimento é constante.*” Ela destaca, ainda, a percepção de que tem inspirado outras mulheres em sua cidade: “*Eu percebo até em Oliveira que nessa parte de vídeo tem mais mulheres participando das coisas. [...] Vamos dar a mão aqui, como é que faz? E vamos crescer junto.*” Essas estratégias coletivas fortalecem a autonomia das mulheres e contribuem para mudanças estruturais no meio rural (Silva et al., 2013).

Por fim, a entrevistada 1 sintetiza o impacto da cafeicultura de forma tocante, unindo dimensões afetivas, familiares e produtivas: “*Mudou demais a nossa vida. E você vê o negócio desenvolver, crescer, produzir esse café que está todo aí, não é fruto do meu esforço, porque meu pai trabalhou nessa terra, foi ele que plantou, mas já tem um pouquinho da nossa mão nele.*” Sua fala ilustra, com sensibilidade, a força do pertencimento e do reconhecimento construído no cotidiano da lida com a terra.

#### 4.6 Expectativas futuras e perspectivas

As produtoras entrevistadas demonstram um olhar voltado para o futuro, com planos que envolvem expansão da produção, criação de marcas próprias, inovação, sustentabilidade e

maior protagonismo das mulheres na cafeicultura. As perspectivas que compartilham refletem não apenas metas econômicas, mas também sonhos, propósito e desejo de transformação social.

A entrevistada 4 revela um projeto multifacetado que une identidade territorial, comunicação e protagonismo feminino:

Com certeza expandir a produção de café e eu acho que esse é um primeiro ponto assim que a gente já está planejando, de abrir novas áreas de plantio. E o outro braço assim, é muito voltado para o Instagram e a comunicação através dele. [...] Quero muito trabalhar com questões de gestão de pessoas dentro do agronegócio também. E com a minha marca (Entrevistada 4).

Seu plano reflete uma concepção empreendedora ampliada, alinhada com os estudos de Santos, Alves e Dewes (2021), ao conectar inovação de mercado, identidade produtiva e narrativas locais que valorizam não apenas o produto, mas também a trajetória de quem o produz.

A entrevistada 5 também compartilha seu desejo de estabelecer uma marca própria, com foco na experiência sensorial e na sustentabilidade: *“A gente quer realmente talvez ter uma marca e quem sabe abrir um negócio, uma visitação, alguma coisa. [...] Trabalhar com café é algo assim, muito viciante e apaixonante. [...] É dar uma continuidade ao trabalho do meu sogro, que é de preservação e recuperação de nascente.”*

Ao integrar práticas ambientais e geração de valor, sua fala ressoa com os princípios da agricultura regenerativa, em que a sustentabilidade não se limita à técnica, mas se enraíza nos vínculos familiares e territoriais (Silva et al., 2013).

A entrevistada 2 destaca como os conteúdos digitais e a relação com o consumidor fazem parte dos planos para o futuro: *“Eu quero aumentar meus clientes. Melhorar os meus vídeos também na rede social, sabe? [...] E desejo também que as pessoas que bebam meu café, que sejam felizes.”*

A entrevistada 1 expressa um desejo de crescimento baseado em sustentabilidade econômica e modernização gradual: *“Talvez comprar uma colheitadeira, se o dinheiro der, investir em equipamentos melhores. [...] Fazer igual meu pai fez mesmo: à medida que o negócio for dando certo, é comprar mais terra, produzir mais. [...] Fazer um negócio bem sustentável.”* Ela ainda reconhece o desafio de acessar crédito e tempo para se qualificar, como evidencia sua fala: *“Hoje com o WhatsApp, Instagram, você tem um acesso a muita coisa também, né? Mas eu acho que seria mais crédito. O que eu estou precisando, dinheiro pode comprar.”*

As entrevistas também indicam a importância da formação técnica contínua. A entrevistada 6, que é formada em Administração, reflete: *“Então, acho que o que eu gostaria de ressaltar mais é ferramenta de administração mesmo, ter mais como juntar tudo. [...] Mas a gente está aprendendo. As gerações vão se posicionando melhor.”* Essas perspectivas ilustram como as mulheres vêm se consolidando como agentes de transformação no meio rural, articulando conhecimento técnico, sensibilidade social e compromisso com a sustentabilidade e a inovação. Como propõe McElwee (2006), o empreendedorismo rural feminino não é apenas econômico, mas também relacional e político, construindo novas formas de protagonismo e reconhecimento.

## 5. Considerações Finais

Este estudo investigou as vivências, os desafios, as estratégias de gestão e as perspectivas futuras de mulheres produtoras de café no Sul de Minas Gerais, utilizando uma abordagem qualitativa. As entrevistas com dez produtoras revelaram histórias de resiliência, aprendizado e transformação, evidenciando o papel crescente das mulheres como protagonistas na cafeicultura familiar. As participantes demonstraram forte engajamento na condução dos

negócios, assumindo funções de liderança na gestão da produção, na administração financeira e na tomada de decisões. A busca por capacitação contínua, por meio de cursos, feiras e projetos de extensão, reflete o esforço em qualificar suas práticas e inovar na gestão das propriedades, contribuindo para uma atuação mais profissionalizada e autônoma.

Apesar das conquistas, as mulheres enfrentam obstáculos significativos, como o preconceito de gênero, a invisibilidade em espaços estratégicos de decisão e as dificuldades de acesso a recursos, como crédito e equipamentos. Esses desafios, no entanto, têm sido enfrentados por meio de estratégias colaborativas, apoio mútuo e participação em redes de mulheres, que oferecem espaços de troca, pertencimento e empoderamento. Associações femininas, como a Aliança Internacional das Mulheres do Café (IWCA), emergem como instrumentos cruciais para fortalecer a identidade coletiva, promover a capacitação e ampliar a representatividade das mulheres no meio rural. Contudo, algumas entrevistadas destacaram que essas iniciativas enfrentam desafios de articulação e continuidade, o que pode limitar seu impacto transformador. Ainda assim, a manutenção desses espaços é estratégica para impulsionar a valorização do trabalho feminino e fomentar vínculos de apoio duradouros.

As trajetórias analisadas também revelaram impactos positivos na vida familiar, no legado intergeracional e no reconhecimento social das produtoras. Muitas expressaram o desejo de perpetuar o trabalho de suas famílias, agregar valor à produção por meio de marcas próprias e atuar de forma estratégica nos mercados de cafés especiais. A sustentabilidade, a inovação e a identidade territorial emergem como eixos centrais em seus planos futuros, refletindo uma visão de longo prazo que combina tradição, propósito e transformação social.

### **5.1. Limitações do Estudo**

A pesquisa apresenta limitações que devem ser consideradas. O foco exclusivo no Sul de Minas Gerais, embora justificado pela relevância da região na produção de café arábica, restringe a generalização dos resultados para outras áreas cafeeiras, como o Cerrado Mineiro ou as Matas de Minas, que possuem dinâmicas produtivas distintas. A amostra de dez entrevistadas, embora suficiente para atingir a saturação teórica (Fontanella, Magdaleno Júnior, 2012), pode não captar plenamente a diversidade etária e socioeconômica das produtoras, já que a faixa etária (25 a 60 anos) e o contexto socioeconômico (propriedades familiares) podem excluir perspectivas de mulheres mais jovens, idosas ou em situações de maior vulnerabilidade econômica.

### **5.2. Recomendações para Futuras Pesquisas**

Para superar as limitações identificadas, sugere-se que futuras pesquisas ampliem o escopo geográfico, incluindo outras regiões cafeeiras do Brasil, como o Cerrado Mineiro e o Espírito Santo, para comparar as experiências das mulheres em diferentes contextos produtivos. Questões específicas a serem investigadas incluem: (a) o impacto de políticas públicas voltadas para o empreendedorismo feminino, como linhas de crédito específicas ou programas de extensão rural com perspectiva de gênero; (b) a comparação entre cafeicultura convencional e agroecológica liderada por mulheres, analisando como práticas sustentáveis influenciam a autonomia e a rentabilidade; e (c) o papel das redes sociais digitais na visibilidade e comercialização dos cafés produzidos por mulheres. Estudos longitudinais também são recomendados para acompanhar a evolução das iniciativas lideradas por mulheres e avaliar os impactos de longo prazo de sua atuação nas comunidades rurais e na cadeia produtiva do café. A integração de métodos mistos, combinando dados qualitativos e quantitativos (ex.: surveys sobre a participação feminina em cooperativas), pode oferecer uma visão mais abrangente do tema.

### **5.3. Implicações Práticas**

Os resultados do estudo apontam para a necessidade de ações concretas para apoiar o empreendedorismo feminino na cafeicultura. Programas de capacitação devem ser adaptados ao calendário agrícola, oferecendo cursos em períodos de menor demanda operacional, como fora da época de colheita, e formatos híbridos (presencial e online) para maior acessibilidade. Incentivos fiscais, como isenções tributárias para propriedades geridas por mulheres ou subsídios para aquisição de equipamentos, podem reduzir as barreiras financeiras enfrentadas pelas produtoras. Além disso, o fortalecimento de redes associativas, como a IWCA, deve ser priorizado por meio de parcerias com instituições como a Emater-MG e o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR), promovendo eventos que ampliem a visibilidade das mulheres e facilitem o acesso a mercados de cafés especiais. Políticas públicas que incorporem a perspectiva de gênero, como a criação de linhas de crédito específicas para mulheres rurais, também são essenciais para promover a igualdade e a sustentabilidade na cafeicultura.

A principal contribuição deste estudo foi destacar as narrativas e estratégias das mulheres na cafeicultura, muitas vezes invisibilizadas na literatura acadêmica e nas políticas públicas. Ao dar voz às produtoras, o trabalho contribui para uma compreensão mais plural e situada do empreendedorismo rural, incorporando dimensões de gênero, território e identidade, e reforça a importância de ações que promovam a inclusão e o empoderamento das mulheres no meio rural.

### Referências Bibliográficas

- ALVES, F. D.; LINDNER, M. Agronegócio do café no Sul de Minas Gerais: territorialização, mundialização e contradições. *OKARA: Geografia em Debate*, v. 14, n. 2, p. 433-451, 2020.
- ARNOLD, G. **Empreendedorismo rural**: um estudo sobre a inserção do técnico em agropecuária, 2011.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011
- BARROS, G. S. C., A. F. SILVA, A. L. FACHINELLO, N. R. CASTRO, L. GILIO, e G. F. GIACHINI. **PIB do Agronegócio Brasil**. CEPEA - Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada, 2016.
- BASTOS, A. S. **Traduzindo Le café, c'est pas sorcier: a importância dos cafés especiais e a presença da mulher na cafeicultura**. 2019.
- BRACHT, D. E., e N. B. WERLANG. "Competências empreendedoras: uma investigação com proutores rurais catarinenses." **Revista do Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, Fevereiro 2015: vol. 4, nº 1, p. 101-124.
- BRASIL, **Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006**. Estabelece as diretrizes para formulação da política nacional da agricultura familiar e empreendimento familiares rurais. Diário Oficial da União-Seção, 2006.
- BRITO, Sílvio Manuel; HONRADO, Maria Graciete. Um Breve Retrato do Perfil Empreendedor. **Journal Of Exact Sciences and Technological Applications**, v. 1, p. 2-5, 2021.
- CECafé – Conselho dos Exportadores de Café do Brasil. **Relatório Anual 2022**. São Paulo: Cecafe, 2022. Disponível em: <https://www.cecafe.com.br>. Acesso em: 1 jul. 2025.
- COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO (CONAB). Acompanhamento da safra brasileira: café – Safra 2021 – Quarto levantamento. Brasília: Conab, 2021. Disponível em: <https://www.conab.gov.br/info-agro/safras/cafe>.
- COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO (CONAB). Acompanhamento da safra brasileira: café – Safra 2024 – Quarto levantamento. Brasília: Conab, 2024. Disponível em: <https://www.conab.gov.br/info-agro/safras/cafe>.
- DAL MORO, Leila et al. Overcoming the challenges of sustainable family agriculture in southern Brazil: contributions to the 2030 Agenda. **Sustainability**, v. 14, n. 14, p. 8680, 2022.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**. Elsevier Brasil, 2008.

ENDO, G. Y.; BACK, V. T.; HOFER, E. Empreendedorismo rural: motivações para a diversificação de culturas na agricultura familiar do oeste de São Paulo. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 3, n. 5, p. 5-21, 2018.

FERGUSON, S; MCNALLY, D. Capital, força de trabalho e relações de gênero. **Rev. Content**, 2013.

FLAVIANO, V. et al. Empreendedorismo rural: olhares em contextos diversos. **Revista Conexão UEPG**, v. 15, n. 3, p. 301-309, 2019.

FONTANELLA, B. J. B.; MAGDALENO JÚNIOR, R.. Saturação teórica em pesquisas qualitativas: contribuições psicanalíticas. **Psicologia em estudo**, v. 17, p. 63-71, 2012.

FRANCESCHINI, A. A integração das mulheres no agronegócio [entrevistada pela Equipe da redação-Agroanalysis]. **AgroANALYSIS**, v.37, n.4, p.7-10, 2017.

FREITAG, M. S. B. et al. Becoming an entrepreneur in the cooperation and poverty contexts. **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies**, v. 16, n. 5, p. 1338-1358, 2024.

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

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOMETRIA E ESTATÍSTICA. **Censo Agropecuário 2017**: população ocupada nos estabelecimentos agropecuários cai 8,8%. 2019. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/25789-censo-agro-2017-populacao-ocupada-nos-estabelecimentos-agropecuarios-cai-8-8>.

IWCA Brasil. **“Trilha de aprendizagem: Sucesso na comercialização de café”**. 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=zs7c3BF9IUY>.

KAHAN, D. **Entrepreneurship in farming**. Roma: FAO, 2012.

KARAM, K. F. A mulher na agricultura orgânica e em novas ruralidades. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 12, n. 1, p. 303-320, jan./abr. 2004.

LOVATTO, P. Gênero, sustentabilidade e desenvolvimento: uma análise sobre o papel da mulher na agricultura familiar de base o papel da mulher na agricultura familiar de base ecológica. **Redes**. Santa Cruz do Sul, v. 15, n. 2, p. 191-212, mai./ago. 2010.

MCELWEE, Gerard. Farmers as entrepreneurs: developing competitive skills. **Journal of developmental entrepreneurship**, v. 11, n. 03, p. 187-206, 2006.

NASCIMENTO, A. C. et al. Movimentos contra-hegemônicos: o papel da mulher na agricultura campezina. **InterEspaço**, Grajaú/MA, v. 3, n. 10, p. 214-233, set./dez. 2017.

OIT. Organização Internacional do Trabalho. **Redução das lacunas de gênero no mercado de trabalho é crucial para o crescimento, a igualdade e a diminuição da pobreza na América Latina e no Caribe**. OIT. 2019. Disponível em; [https://www.ilo.org/brasilia/noticias/WCMS\\_725678/lang--pt/index.htm](https://www.ilo.org/brasilia/noticias/WCMS_725678/lang--pt/index.htm).

ONU. **Dicionário do desenvolvimento**. Pessoas. Adaptado da Organização das Nações Unidas. ONU, 2017. Disponível em: <https://www.un.org/womenwatch/osagi/conceptsanddefinitions.htm>.

PATO, Maria Lúcia; TEIXEIRA, Aurora AC. Twenty years of rural entrepreneurship: A bibliometric survey. **Sociologia ruralis**, v. 56, n. 1, p. 3-28, 2016.

PINTO, A. R.; MARTENS, C. D. P.; SCAZZIOTA, V. V. Empreendedorismo digital em organizações: revisão integrativa da literatura e proposição de elementos de análise sob a ótica das capacidades dinâmicas1; 2. **REAd. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre)**, v. 29, n. 3, p. 627-660, 2023.

PONTES, A. P. I. et al. Empreendedorismo feminino no agronegócio: uma revisão sistemática da literatura. **Observatório de La Economía Latinoamericana**, v. 21, n. 10, p. 16963-16995, 2023.

QUINTO, Luísa Brock; MARCHI, Janaina; SOARES, Aline Paim. Agricultura Familiar, Economia Circular e Empreendedorismo Rural: Um Estudo Bibliométrico entre os anos de 2018 a 2021. **Revista Estudo & Debate**, v. 29, n. 3, 2022.

SANTOS, Ivaneli Schreinert dos; ALVES, Camila Elisa dos Santos; DEWES, Homero. Produção científica no empreendedorismo rural relacionado ao turismo. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 15, p. e-2037, 2021.

SANTOS, J. B.; BOHN, L.; ALMEIDA, H. J. F. O papel da mulher na agricultura familiar de Concórdia (SC): o tempo de trabalho entre atividades produtivas e reprodutivas. **Textos de Economia**, Florianópolis, v. 23, n. 1, p. 1-27, jan./jul. 2020.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

SANTOS, W. S.; SANTOS, A. L. C. **Perfil dos empreendedores que atuam no turismo rural na microrregião de feira de Santana (BA)**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 44., Fortaleza. Anais... Fortaleza: SOBER, 2006. p.1-15

Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – SENAR. **Relatório de Atividades 2015**. Brasília: SENAR, 2015. 84 p. Disponível em: <https://www.sistemafaep.org.br/wp-content/uploads/2016/01/Relatorio-de-Atividades-SENARPR-2015.pdf>

SILVA, M. R. Gênero, desigualdades e agricultura: a mulher na atividade agrícola familiar. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 5, n. 3, p. 2095-2105, mar. 2019.

SILVA, N. P. da. et al **A importância do empreendedor rural para capacitar, desenvolver e equacionar estrategicamente os recursos sustentáveis, gerando renda e qualidade de vida**. Porto Alegre: Instituto Universal de Marketing em Agribusiness, 2013.

SOUZA, A. K. de et al. Os obstáculos para a igualdade de gênero nas relações de emprego / The obstacles to gender equality in employment relations. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 7, ed. 5, p. p.47653-47676, 3 maio 2021.

TIBÉRIO, B. D. M. Empreendedorismo rural e pobreza das regiões: uma análise exploratória. **Dissertação de mestrado, Universidade do Porto**. 2016.

TOMEI, P. A.; LIMA, D. A. A. Análise das barreiras que dificultam a transformação do agricultor familiar em empreendedor rural no contexto brasileiro. **Revista Ibero-Americana de Estratégia – RIAE**, São Paulo, v. 13, n. 3, p. 107-122, jul./set. 2014.

VENKATARAMAN, Sankaran. The distinctive domain of entrepreneurship research. In: **Seminal ideas for the next twenty-five years of advances**. Emerald Publishing Limited, 2019. p. 5-20.