

Pesquisa constata que mulheres que atuam no agronegócio estão vencendo estereótipos e preconceitos

As mulheres que atuam nos diferentes elos da cadeia do agronegócio já romperam com os estereótipos e preconceitos. São gestoras competentes, trabalhadoras motivadas e bastante conciliadoras, pois transitam entre o campo e a cidade com a mesma desenvoltura que harmonizam carreira e família. Foram essas algumas das conclusões da pesquisa **“Todas as Mulheres do Agronegócio”**, encomendada pela **ABAG**, elaborada

pela empresa de pesquisa IPESO e divulgada durante o **2º Congresso Nacional das Mulheres do Agronegócio – Liderança Globalizada, Empreendedora e Integrada**, realizado no mês de outubro, em São Paulo.

O levantamento, que teve o patrocínio da Bayer, DuPont, Adama, Matsuda e Yara, revelou também que muitas exercem uma segunda atividade, demonstrando o



Cerca de mil mulheres participaram do 2º Congresso Nacional das Mulheres do Agronegócio

quanto são empreendedoras. Ao mesmo tempo, as entrevistadas disseram que buscam uma renda extra fora da propriedade para não abrirem mão da paixão pelo campo. O estudo constatou também que as mulheres do agronegócio são resilientes e não se contentam com a posição já conquistada e querem ir mais longe.

A maioria das 862 entrevistadas disse estar preparada para as posições de liderança – já conquistada por muitas – e que se interessa também por aprimorar conhecimentos sobre gestão empresarial, gestão de pessoas e finanças em detrimento de outros temas. A pesquisa revela um retrato atual e caracteriza um momento histórico do agronegócio brasileiro: a plena inserção feminina nas atividades executadas antes, dentro e depois da porteira, com o protagonismo tão sonhado pelas mulheres do campo há décadas. E, a julgar pelas características encontradas na pesquisa, em pouco tempo o estudo estará obsoleto, pelo dinamismo das mulheres do agronegócio e pela força de trabalho que já representam.

Levantamento, encomendado pela ABAG, envolveu 862 entrevistas em todo o país e revela uma empreendedora competente, motivada e bastante conciliadora

PRINCIPAIS RESULTADOS – Entre os dados revelados no levantamento, destaca-se que 49,5% das entrevistadas atuam em propriedades classificadas como minifúndio, 26,1% em pequenas propriedades, 13,5% em médias e 10,9% em grandes fazendas. Por tipo de atividade, 73,1% trabalham dentro das fazendas, 13,9% nos elos da cadeia produtiva “depois da porteira” e 13% “antes da porteira”. Em relação ao tipo de atuação, 73% das mulheres trabalham

nas atividades dentro da propriedade rural, 3,7% atuam em cooperativas, 3,4% operam na área de insumos, 3% são fornecedoras de produtos ou serviços para a cadeia do agro, 2,8% são do comércio, 2,3% estão em segmentos ligados a governos, e 2,1% trabalham em atividades nos vários segmentos da agroindústria. Quanto à posição ocupada no negócio, a maioria, 59,2% das entrevistadas, é proprietária ou sócia; 30,5% são funcionárias ou colaboradoras; e 10,4% são gestoras, diretoras, gerentes, coordenadoras ou atuam em funções administrativas.

Apesar de o levantamento ainda detectar algum preconceito em relação a atuação das mulheres no campo – 44,2% delas sentiram preconceito sutil, enquanto 30% acusam preconceito evidente –, um grupo grande (61,1%) disse não enfrentar nenhum problema de liderança por ser mulher. Um percentual menor (9,4%) destacou que não foi levada a sério, enquanto 8% afirmaram que sentiram desconfiança de outras pessoas com relação a sua habilidade no cargo; 11,7% perceberam dúvida do seu conhecimento; e 8,8% notaram desconfiança em relação a sua capacidade de negociar.

OPÇÃO PELO CAMPO – Na questão sobre as razões de escolher trabalhar na agropecuária, a pesquisa revelou que 36,2% das mulheres disseram ter optado pelo agronegócio por gostar da vida no campo, 34% afirmaram que já possuíam integrantes da família atuando na área, 15,6% já eram proprietárias ou sócias de propriedade rural, e 10,7% foram para o campo por ver na atividade uma oportunidade de trabalho.

Em relação a divisão das tarefas domésticas, a pesquisa constatou que 42,7% disseram que elas são divididas com os demais integrantes da família, enquanto 20,9% responderam que os familiares ajudam um pouco. Apesar de a maioria (64,1% das entrevistadas) não desejar ter filhos, 73,1% das que possuem filhos afirmaram que gostariam que os filhos continuassem com as atividades no agronegócio.

Sobre as perspectivas e o comportamento das mulheres do campo, o levantamento constatou que elas são conectadas com a maioria das modernas ferramentas de comunicação. Entre os principais instrumentos de comunicação, 92,9% utilizam o Facebook, 95,1% o WhatsApp, 68,8% o YouTube, 54,8% o Instagram e 65,3% o Messenger. A respeito dos assuntos sobre os quais as mulheres do campo mais gostariam de aprofundar seus conhecimentos, destacam-se temas relacionados com a formação profissional e ao trabalho: gestão de pessoas (56,8%); gestão empresarial (54,5%); Finanças (33%); e 27,3% negociação. Elas afirmaram se interessar também por: gastronomia (25,8%); tecnologia (20,1%); bolsa de valores (21,5%); e viagens (21,6%).

Por fim, sobre as principais preocupações da mulher do campo, os temas mais relacionados foram: estabilidade financeira (56,2%); sua saúde (53,6%); família (46,7%); equilíbrio entre vida familiar, profissional e social (38,4%); o futuro dos filhos (32,8%), e sua realização profissional (30,7%). Já sobre ambientes ou atividades que lhe dão maior satisfação, as respostas predominantes foram: família (73,2%); viagens (57,9%); trabalho (45,2%); e filhos



Palestrantes do Painel sobre Liderança Globalizada no 2º Congresso Nacional das Mulheres do Agronegócio



Apesar de o levantamento ainda detectar algum preconceito em relação a atuação das mulheres no campo, 61,1% disse não enfrentar nenhum problema de liderança por ser mulher.

METODOLOGIA E ABRANGÊNCIA – O levantamento entrevistou 862 mulheres de todas as regiões do país, foi realizado nos meses de junho e julho de 2017, possui margem de erro de 3,3% e um nível de confiança de 95%. A amostra de pesquisadas contemplou mulheres que trabalham em atividades classificadas como “antes da porteira”, ou seja, todas as atividades incluídas na cadeia de suprimentos e serviços que atendem as propriedades rurais. Contemplou ainda as mulheres que atuam dentro das propriedades rurais e também aquelas que operam “depois da porteira”, nos negócios ligados a transporte, armazenagem, industrialização, distribuição e comercialização de produtos agrícolas.

O estudo aprofunda no tema da diversidade e atualiza os resultados da pesquisa Perfil da Mulher do Agronegócio Brasileiro realizada em 2016. Desta feita, o levantamento teve uma abrangência nacional, com distribuição da amostra em todas as regiões do país. As entrevistas, com duração média de 20 minutos, abordavam os seguintes temas: perfil da propriedade rural, setores de atuação, jornada de trabalho, família e sucessão, anseios e preocupações, além de valores, atitudes, interesses e opiniões.

PERFIL DAS MULHERES BRASILEIRAS NO AGRONEGÓCIO

49,5%
Trabalham em minifúndios



42,7%
Dividem as tarefas domésticas



54,4%
Moram na cidade



55,5%
Sentem-se totalmente preparadas



36,2%
Escolheram trabalhar porque gostam do campo

59,2%
São proprietárias ou sócias



56,2%
Se preocupam mais com a estabilidade financeira



ABAG recebe homenagem em evento comemorativo aos 10 anos do GTPS



Francisco Beduschi; Ruy Fachini Filho; Daniela Mariuzzo; Luiz Cornacchioni e Eduardo Bastos

O Grupo de Trabalho da Pecuária Sustentável (GTPS) completou 10 anos e realizou um evento comemorativo durante a Intercorte 2017, no WTC Center, em São Paulo. No primeiro painel do evento foram discutidos os desafios da pecuária brasileira e do desenvolvimento sustentável. Participaram da mesa redonda o pesquisador do Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada da Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Cepea/Esalq), Sérgio De Zen, Luiz Cornacchioni, da ABAG, Cleber Soares, da Embrapa e Coriolano Xavier, do Núcleo de Estudos do Agronegócio da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM).

Durante o debate, os palestrantes discutiram os impactos da crise vivenciada pela pecuária no início deste ano, em especial a imagem da carne brasileira no mercado internacional e a importância do relacionamento entre os elos da cadeia. Segundo o pesquisador Sérgio

De Zen, o futuro da pecuária brasileira é promissor e o envolvimento da sustentabilidade é um caminho sem volta. “A pecuária é um projeto de investimento. Nos últimos anos, por exemplo, o incremento da produtividade e o encurtamento no tempo de abate comprovam os avanços da cadeia de valor”, diz.

Esse tipo de organização é fundamental para que todos os setores tenham conhecimento e possam ponderar sobre as melhores medidas para o avanço da pecuária sustentável. “Precisamos vender melhor nosso produto, temos um Código Florestal moderno e produtores engajados em produzir com responsabilidade”, ressalta Luiz Cornacchioni, da ABAG.

No segundo painel, o tema abordado foi “O Engajamento da cadeia de valor no desenvolvimento da pecuária” e participaram da discussão Caio Penido do Grupo



Roncador, Taciano Custódio, da Minerva Foods, Thais Fontes, do Rabobank, Breno Félix, do Agrottools, Leonardo Lima, do Arcos Dorados, Ivens Domingos, do WWF Brasil e Beatriz Domeniconi do GTPS. Os dois primeiros painéis tiveram como moderador o jornalista do canal Terraviva, Tobias Ferraz.

O terceiro e último painel tratou do Papel das mesas redondas para a evolução contínua das cadeias de valor, foi moderado pelo gerente de risco socioambiental do banco Santander, Christopher Wells. Deste, participaram o presidente do GTPS, Ruy Fachini Filho, o presidente da Global Roundtable for Sustainable Beef (GRSB), Dennis Laycraft, o consultor externo no Brasil da Round

Table Responsible Soy (RTRS), Cid Sanches e o gerente de sustentabilidade da ABIOVE, Bernardo Pires.

A história de 10 anos do GTPS comprova que “consequimos produzir e avançar com a pecuária de forma consciente”, reforçou o presidente Ruy Fachini Filho.

O GTPS também prestou uma homenagem à ABAG “pela contribuição dada a cadeia de valor da pecuária brasileira, ao apoiar e confiar no trabalho do GTPS ao longo dos últimos dez anos”, diz a placa entregue pelo presidente do GTPS, Ruy Fachini Filho ao diretor executivo da ABAG, Luiz Cornacchioni.



O GTPS surgiu em 2007 como a primeira mesa redonda criada para discutir a produção de carne sustentável. O Grupo reúne representantes de todos os elos da cadeia de valor da pecuária bovina no Brasil. Estão representados o setor produtivo, as indústrias frigoríficas, empresas de insumos e serviços, instituições financeiras, varejos e entidades da sociedade civil.