

O CULTIVO DE OLIVEIRAS NA REGIÃO DA CAMPANHA GAÚCHA COMO UMA NOVA PROPOSTA PARA O AGRONEGÓCIO REGIONAL

Leonardo Borges Fernandes
Leonardob.fernandes@gmail.com

Sebastião Aílton da Rosa Cerqueira-Adão
sebastiaocerqueira@unipampa.edu.br

RESUMO

Este estudo teve como objetivo identificar os fatores levados em consideração pelos produtores de oliva na Região da Campanha gaúcha a decidirem por este ramo do agronegócio. Para desenvolver o presente estudo foi realizada uma pesquisa de caráter exploratória com viés qualitativo, sendo que a técnica de construção de dados desenvolvida foi produzida através de uma entrevista estabelecida com quatro produtores/gestores do ramo e os dados oriundos da pesquisa foram analisados sob o enfoque interpretativo. Os resultados da pesquisa demonstram que apesar do alto grau de investimento inicial, a inexistência de linhas de crédito para a olivicultura, a falta de apoio dos órgãos competentes do setor e o difícil acesso à tecnologia pelos produtores não tem sido elementos restritivos para a decisão de investimento no ramo. Ao contrário, a olivicultura aparece na Região estudada como uma excelente alternativa de geração de renda. Viu-se que os fatores levados em consideração para a decisão de cultivar olivas são o fácil manejo da cultura, que ganhou destaque devido a sua alta rusticidade e capacidade de adaptação na Região, além de baixa necessidade de mão de obra e o elevado poder de rendimento que a olivicultura traz. Também foi possível observar que a economia da região ainda é caracterizada pelos recursos gerados pela atividade agropecuária, porém entre as opções de diversificação de culturas dentro das propriedades já é notável a presença dos olivais que, além de estarem mudando as paisagens da Região da Campanha, também estão conferindo novos hábitos e pensamentos aos pequenos, médios e grandes investidores rurais.

Palavras-chave: Agronegócio, Região da Campanha Gaúcha, Cultivo de Oliveiras.

ABSTRACT

This study aimed to identify the factors taken into account by olive producer in the region of the Campanha Gaúcha to make decision at the branch of activity of agribusiness. To develop the present study, was used an exploratory research with a qualitative bias. The collection data technique was developed through an interview established with four producers/managers of the rural area and the data from the research were analyzed under the Interpretative approach. The results of the research show that despite the high degree of initial investment, the lack of credit lines for olive cultivation, the lack of support from the relevant sector bodies and the difficult access to the technologies by olive producers, dont have been restritives elements to the investment decision in that branch. It was seen that the factors taken into account for the decision of to invest in that branch have been the easy handling to the cultivation of olives, which was highlighted due to its high rusticity and adaptability in the Region, as well as low labor requirements and high income power that the olive producing brings. It was also possible to observe that the region's economy is still characterized by the resources generated by the agriculture and livestock activity, but among the options for crop diversification within the properties, the presence of the olive is not only remarkable, are giving new habits and

thoughts to small, medium and large rural investors.

Keywords: Agribusiness, Campanha Gaúcha Region, Cultivation of Olive Trees.

RESUMEN

Este estudio tuvo como objetivo identificar los factores llevados en consideración por los productores de oliva en la Región de la Campanha Gaúcha a decidir por este ramo de agronegocio. Para desarrollar el presente estudio se realizó una investigación de carácter exploratorio con sesgo cualitativo, siendo que la técnica de construcción de datos desarrollada fue producida a través de una entrevista establecida con cuatro productores / gestores del ramo, y los datos oriundos de la investigación fueron analizados bajo el enfoque interpretativo. Los resultados de la investigación demuestran que a pesar del alto grado de inversión inicial, la inexistencia de líneas de crédito para la oleicultura, la falta de apoyo de los órganos competentes del sector y el difícil acceso a la tecnología por los productores, la oleicultura sigue siendo una excelente alternativa Generación de ingresos. Se vio que los factores tomados en consideración para la decisión de cultivar las olivas son la cultura de ésta, que se ha destacado debido a su alta rusticidad y capacidad de adaptación en la región, además de baja necesidad de mano de obra y su elevado poder de rendimiento que la oleicultura trae. También se pudo observar que la economía de la región todavía se caracteriza por los recursos generados por la actividad agropecuaria, pero entre las opciones de diversificación de cultivos dentro de las propiedades ya es notable la presencia de los olivares que además de estar cambiando los paisajes de la Región de la Campanha, también están dando nuevos hábitos y pensamientos a los pequeños, medianos y grandes inversores rurales.

Palabras-Clave: Agronegocio, Región de la Campanha Gaucha, Cultivo de Olivos.

1 INTRODUÇÃO

O presente estudo tem como tema o cultivo de oliveiras na Região da Campanha Gaúcha do Estado do Rio Grande do Sul como uma proposta de inovação para o agronegocio regional.

Dentro um cenário de incertezas políticas e econômicas que se estabelece atualmente no país, o agronegocio mantém boas expectativas em relação ao futuro, onde os investimentos em nichos de mercado específicos e ainda pouco explorados podem se tornar uma alternativa para superação da crise para pequenos, médios e grandes produtores.

Baseado neste contexto este artigo aborda diversos temas sobre o assunto em questão, trazendo entre seus tópicos a importância do processo de tomada de decisão nas empresas rurais, assim como algumas informações importantes sobre este ramo do agronegocio e suas peculiaridades.

Sabendo-se que a diversificação da produção submete-se a várias questões internas e externas de cada propriedade, diversos são os fatores determinantes para a escolha correta do ramo de atuação, portanto somente através de um planejamento bem realizado poderá ser possível determinar os níveis e proporções do uso de recursos técnicos para a inicialização de cada processo. Mesmo sendo incentivado o consumo de produtos oriundos da oliveira, o processo produtivo inicial é oneroso ao produtor, onde o lucro para o ressarcimento aparece ao longo prazo.

Com o advento dos estudos que vem sendo realizados por instituições especializadas várias informações importantes podem ser conferidas para a atividade, porém na região da

campanha, correlacionando às exportações, ainda são muito baixos os índices numéricos da comercialização de tais produtos.

A problemática deste recai no fato de que hoje plantar oliveiras e produzir azeite na Região da Campanha ainda é uma atividade nova do agronegócio que requer estudo e conhecimento por parte dos produtores que se arriscam nesse ramo de cultivo. Os produtos derivados da oliveira no mercado brasileiro ainda são onerosos ao consumidor final, porém o hábito de consumi-los vem sendo incentivado.

A partir da problemática exposta este artigo tem como problema de pesquisa:

Quais são os fatores levados em consideração pelos produtores de olivas na região da campanha gaúcha a decidirem por este ramo de negócio?

Para atender a problemática posta em questão tem-se como objetivos:

a) Objetivo Geral: Identificar os fatores levados em consideração pelos produtores de oliva na Região da Campanha Gaúcha a decidirem por este ramo do agronegócio.

b) Objetivos específicos:

Caracterizar a dinâmica econômica do agronegócio na Região da Campanha Gaúcha com a entrada da produção de olivas;

Analisar a história do cultivo de oliveiras na Região da Campanha Gaúcha;

Verificar o processo de decisão dos produtores no investimento da produção de olivas na Região da Campanha Gaúcha;

1.1. JUSTIFICATIVA

O cultivo de oliveiras na Região da Campanha Gaúcha demonstra-se como uma possibilidade de geração de renda para os produtores locais. O clima e o solo da região, fatores primordiais para o desenvolvimento da cultura, tendem a proporcionar as condições favoráveis para o sucesso da atividade.

Apesar da carência de estudos na área da olivicultura na região o produtor rural que optar pela atividade recebe uma oportunidade ímpar de obter êxito no setor e contribuir positivamente com a economia de sua cidade e região. Nota-se que diversas são as empresas que demandam o produto e o consumo dos produtos oriundos das oliveiras vem sendo largamente difundido pelo setor.

O índice de oferta muito baixo, parece tornar-se um fator importante para a escolha da atividade visando este nicho de mercado ainda pouco explorado.

O presente estudo tem por finalidade demonstrar as razões pelas quais os atuais investidores optaram pelo ramo de atividade, suas principais dificuldades e suas expectativas.

A justificativa teórica recai no fato de que este estudo servirá de base para outras pesquisas incrementando o conjunto de informações necessárias para a construção ou fundamentação de estudos e atividades acadêmicas e profissionais.

Visto a ascensão do panorama da olivicultura na região a Justificativa prática deste estudo incide sob um apoio sólido baseado nos resultados obtidos com a pesquisa, onde os dados construídos poderão auxiliar no processo decisório dos investidores que desejem atuar no setor ou até mesmo dos próprios empresários rurais pesquisados.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Com a elaboração deste referencial teórico pretende-se conceituar os principais conteúdos que fazem parte da contextualização do artigo. A compreensão dos temas em destaque alicerçam as bases do estudo através da orientação bibliográfica a cerca das discussões

2.1 O agronegócio

Para conceituar o agronegócio Araújo (2009, p.14), cita que os avanços tecnológicos mudaram a fisionomia das propriedades rurais, sobretudo nos últimos 50 anos, onde as propriedades deixaram de ser somente “primárias” e passaram a depender cada vez mais de diversos serviços, maquinários e insumos externos a ela, e também com o decorrer da produção como armazéns, infra-estruturas, agroindústrias, mercados e exportação.

Segundo este autor cada um desses segmentos assumem funções próprias e especializadas, mas compoem um elo importante em todo o processo produtivo e comercial de cada produto agropecuário. Por isso surgiu a necessidade de uma concepção diferente de “agricultura”, pois já não se tratavam mais de propriedades auto-suficientes, mas todo um complexo de bens, serviços e infra-estrutura que envolvem agentes diversos e interdependentes.

Ainda conforme Araújo (2009, p.16) foi analisando esse processo que dois professores americanos de Haward (Jonh Davis e Ray Goldberg) lançaram em 1957, o então novo conceito para entender a nova realidade da agricultura, O Agribusiness, definindo-o como:

“...O conjunto de todas as operações e transações envolvidas desde a fabricação dos insumos agropecuários, das operações de produção nas unidades agropecuárias, até o processamento e distribuição e consumo dos produtos in natura ou industrializados...”

Zylbersztajn, Neves e Neves (2005) em uma abordagem sobre o agronegócio no Brasil citam que somente a partir dos anos de 1980 começou haver a difusão do termo, onde os primeiros movimentos organizados e sistematizados surgiram de focos em São Paulo e no Rio Grande do Sul e 10 anos mais tarde, foi traduzido de forma generalizada para o português como agronegócio, sendo aceito e adotado por livros-textos e jornais.

Sob a visão destes mesmos autores citados acima o Brasil situa-se, no contexto mundial atual, como o celeiro mundial em termos de agronegócio. Os autores citam que o país possui 22% das terras agriculturáveis do mundo, contando com um clima diversificado, energia solar abundante e quase 13% de toda a água doce do planeta, além de elevada tecnologia utilizada no campo, dados estes que fazem do agronegócio brasileiro um setor moderno, eficiente e competitivo no cenário internacional, mesmo lutando contra os desafios da instabilidade econômica, as elevadas taxas de juros, a escassez de recursos financeiros, os problemas tributários, bem como na infra-estrutura de transportes e no meio ambiente, entre outros.

Segundo as projeções do MAPA o agronegócio brasileiro nesta década mantém o foco na competitividade e na modernidade, fazendo da utilização permanente da tecnologia um caminho para a sustentabilidade (MAPA, 2013).

Os resultados gerados pelas projeções do MAPA mostram um crescimento no setor agropecuário no período 2012/13 a 2022/23 o que permitirá abastecer anualmente um

total de 200 milhões de brasileiros e ainda gerar excedentes exportáveis para algo em torno de 200 países.

A geração de emprego e renda parece surgir como um indicador importante para o agronegócio comenta Araújo (2009), isso ocorre ao custo de cada emprego gerado e à absorção dos gastos pelos familiares.

O autor explica que o setor emprega diretamente 52% da população economicamente ativa, já quanto a quantidade de investimentos é baixa para a geração de emprego.

Segundo informações do Banco Nacional de Desenvolvimento Social (BNDS) entre os 10 segmentos que geram emprego a menor custo, 7 são segmentos do agronegócio, com estimativas que apontam para a necessidade de R\$ 5.000,00 de investimento para cada emprego gerado no setor, portanto muito menos que em outros setores.

Por outro lado, diferente do que vem sendo dito nos parágrafos anteriores, Teixeira (2013), põe em dúvida qual a real situação futura do País em relação ao agronegócio, e até quando o acúmulo das altas dívidas adquiridas pelos grandes empresários e produtores rurais, vão se sustentar e não recair contra a própria população, para tornar o setor o carro chefe da economia brasileira.

Cabe salientar que Teixeira (2013) questiona quem realmente se apropria dos resultados dos esforços realizados e quais os seus benefícios para a população, sabendo das vulnerabilidades econômicas do agronegócio no Brasil, pelo grau desproporcional do seu controle nos setores monopolistas das grandes indústrias da agricultura e da apropriação da Embrapa por grandes empresas nacionais de sementes que controlam o setor, e ainda, pelas desconfianças políticas atuais tornando o tema uma dúvida nova e frequente nas publicações referentes ao assunto na atualidade.

Ainda na visão o autor acima no mesmo levantamento os produtores familiares entusiasmados pelas políticas dos juros baixos e pela oferta de créditos especiais difundidas pela lógica da atividade, deixaram nos últimos anos de produzirem os alimentos da dieta básica dos brasileiros, aumentando consideravelmente as importações. A seguir apresentam-se algumas considerações sobre o agronegócio no Rio Grande do Sul.

2.1.1 O agronegócio no Rio Grande do Sul

Segundo Feix e Leusin Junior (2015) o Rio Grande do Sul é um Estado com tradição no agronegócio, dispondo de diferenciais como o clima, terras para a agricultura e pastagem, chuva e sol abundantes e por esses e outros fatores que torna-se muito evidente o impacto do setor de atividade no desempenho da economia do Estado gaúcho.

Os autores acima ainda salientam que o setor tem um significado estratégico não somente para geração de renda e emprego no campo, mas também para a evolução e para o desenvolvimento das cidades.

Na percepção de Feix e Leusin Junior (2015) a importância do Rio Grande do Sul para a oferta nacional de alimentos é historicamente reconhecida. Por muito tempo, o Estado foi qualificado como “Celeiro do Brasil”, em razão da sua expressiva contribuição para a produção agropecuária nacional, destinada ao mercado interno e à exportação.

Fonseca (2009) discorre que a produção pecuária está entre as primeiras e mais tradicionais atividades produtivas do território. Aproveitando-se das vantagens naturais da bovinocultura de corte, o charque foi introduzido no último quarto do século XVIII e teve rápido desenvolvimento, tornando-se a maior riqueza da província durante o Império. Do final do século XIX ao início do século XX, a economia de subsistência do sul do Brasil beneficiou-se da expansão do mercado urbano brasileiro e ampliou suas atividades.

O autor acima ainda comenta que somente a partir desse período, a economia pecuária charqueadora da Metade Sul do Estado, de antiga colonização ibérica e predominantemente latifundiária, passou a conviver com uma economia cada vez mais dinâmica e empreendedora na Metade Norte.

Feix e Leusin Junior (2015) explicam que a caracterização de um território com significativa dependência do Setor Primário como é o caso do Rio Grande do Sul, o conceito de agronegócio oferece uma imagem mais precisa dos rebatimentos das atividades agropecuárias no conjunto da economia regional e de sua articulação com o restante do Brasil.

Estes mesmos autores citados no parágrafo anterior, destacam que grande é a importância desta atividade em todo o Estado, sendo ela, conceituada aparte do setor do agronegócio, onde a agropecuária pode ser entendida como a junção das atividades de agricultura, pecuária, silvicultura e exploração vegetal e pesca, no qual, juntamente com a indústria extrativa, constituem o Setor Primário da economia, que é responsável pelo fornecimento de um amplo conjunto de matérias-primas para outros setores de atividade econômica e de produtos finais.

Portanto, na visão de Feix e Leusin Junior (2015), enquanto a agropecuária está centrada nas atividades realizadas no âmbito da propriedade rural e o agronegócio — de base empresarial ou familiar — engloba toda a cadeia produtiva: antes da porteira, dentro da porteira e depois da porteira da propriedade rural.

Segundo os dados do Censo Agropecuário 2006 (IBGE, 2009), existem, no Rio Grande do Sul, mais de 440.000 estabelecimentos agropecuários, ocupando 1,2 milhão de pessoas, em uma área de 20,3 milhões de hectares. O último Censo Demográfico, referente a 2010, apontou uma população rural de aproximadamente 1,6 milhão de pessoas no Estado (IBGE, 2011).

Para a Fundação de Economia e Estatística Siegfried Emanuel Heuser (2014) em 2012, a importância do Estado para a agropecuária nacional era inferior apenas às de Minas Gerais, São Paulo e Mato Grosso.

Segundo as estatísticas do PIB Municipal, calculadas pela FEE (Fundação de Economia e Estatística Siegfried Emanuel Heuser) a agropecuária é a principal atividade econômica em 71 municípios gaúchos (FEE, 2014).

Feix e Leusin Junior (2015) apontam que a atividade primária do agronegócio interliga-se com setores a montante (antes da porteira) que fornecem insumos, máquinas e implementos, assistência técnica e financiamento e com setores a jusante (depois da porteira) responsável pelo processamento (indústrias de alimentos, fumo e biocombustíveis) e pela distribuição da produção agropecuária.

Sobre a mesma abordagem, Feix e Leusin Junior (2015) apontam que em termos nacionais, o Rio Grande do Sul destaca-se na produção de uma série de produtos agropecuários. Os autores comentam que na agricultura é o caso das culturas do arroz, da maçã, do fumo, da uva, do trigo e da soja e na pecuária, o destaque é a participação gaúcha na criação de suínos e frangos e na produção leiteira.

Para esclarecer, os mesmos autores complementam que, ainda que contribua para o suprimento nacional de uma série de produtos, uma parcela expressiva da produção agropecuária do Estado é exportada na forma de matéria-prima ou de alimentos processados e os principais complexos exportadores do agronegócio são os da soja, de carnes, de fumo e de couros.

Sobre a agricultura familiar, no último Censo Agropecuário (IBGE, 2014) observou-se que a maior parte dos estabelecimentos agropecuários do Estado enquadra-se nos critérios definidores da agricultura familiar onde, conforme a Lei Federal nº 11.326, de julho de 2006, a agricultura familiar é observada nas unidades produtivas que reúnem as seguintes características: A área do estabelecimento ou empreendimento rural não excede quatro

módulos fiscais; A mão de obra utilizada nas atividades econômicas desenvolvidas é predominantemente da própria família; A renda familiar é predominantemente originada das atividades vinculadas ao próprio estabelecimento; e o estabelecimento ou empreendimento é dirigido pela família.

Segundo o IBGE (2014), a agricultura familiar é observada em 86% dos estabelecimentos e responde por 81% do pessoal ocupado na agropecuária do Rio Grande do Sul, porém os estabelecimentos familiares abrangem menos de um terço da área total destinada à agropecuária, evidenciando que, no Estado, há uma estrutura agrária concentrada. Uma vez visto algumas peculiaridades do agronegócio no Rio Grande do Sul, a seguir traz-se à tona os aspectos da Inovação no setor em referência..

2.1.2 Inovação no setor do agronegócio

Segundo Zuin e Queiroz (2006, p.3) a inovação exige uma mudança técnica que pode ser de caráter radical ou incremental.

Conforme os autores a primeira são eventos descontínuos que implicam a mudança técnica e organizacional de um sistema produtivo e sua introdução implica novas bases de produção distintas das exploradas até então que levam também, a mudanças estruturais na economia. Na de caráter incremental, ocorrem de forma mais contínua podendo diferir na velocidade de inserção no sistema. Tais inovações referem-se a melhorias nos produtos, processos, organizações e sistemas de produção existentes estando relacionadas à demanda do mercado e às experiências do usuário, sem introduzir mudanças na economia.

Os mesmos autores acima comentam que atualmente relatam-se três tendências transformadoras que estão ocorrendo na economia mundial, sendo: A globalização; o desenvolvimento da sociedade da informação; e o ritmo acelerado de processo na base do conhecimento científico.

Com relação à globalização Zuin e Queiroz (2006, p.3) discorrem que a economia passa por um processo irreversível de mudanças profundas conduzindo ao surgimento de novas identidades culturais e novas formas de organização do trabalho, juntamente com a ruptura de reservas de mercado, o acirramento da concorrência, a estruturação de blocos econômicos e a exclusão social de setores sem condições de competir no mercado.

Complementando os autores apontam que outras características observadas relacionadas ao mercado consumidor, que cada vez mais exigente, são a segurança e qualidade.

Neste sentido, segundo Zuin e Queiroz (2006, p.4) tais fatos obrigam o empresário rural a adotar sistemas de informação e modernos métodos de gestão empresarial, assim como a diversificação dos seus produtos para que atenda a fragmentação da demanda focando os mesmos em nichos de mercado que demandam atributos não atendidos pelas *commodities*.

Para o andamento correto das atividades Zuin e Queiroz (2006, p.5) salientam que ao mesmo tempo que são desenvolvidas novas técnicas produtivas, deve-se focar no padrão produtivo de se produzir mais alimentos, distribuir melhor a riqueza e instituir técnicas menos predatórias ao meio ambiente.

Neste contexto, conforme os autores acima, a questão tecnológica torna-se um fator determinante nas transformações, destacando as funções de produção de maiores volumes de produtos com reduzido grau de degradação e a custos competitivos, a geração da capacidade de diferenciação de produtos e de mercados, e a abertura de oportunidades para pequenos e médios produtores, oferecendo condições de expansão àqueles já inseridos.

Na concepção de Zuin e Queiroz (2006, p.5) essas novas necessidades de mercado contribuem de forma incisiva a implementação de inovações em todos os segmentos que compõe a cadeia agroindustrial. Para entender melhor as condições e as especificidades da olivicultura na região, passa-se ao tópico a seguir.

2.2 A Olivicultura na Região da Campanha Gaúcha

Paiva (2008) argumenta que a região com seus vastos campos consagrados à pecuária extensiva em grandes propriedades, entremeados por lavouras de arroz nas terras mais baixas, a Campanha Gaúcha, situada no sudoeste do Rio Grande do Sul, é, talvez, a região que melhor corresponde à imagem que o grande público possui do “sul” desse Estado.

Além disso, o autor destaca que as características sócio-econômicas dessa região freqüentemente são as que servem para demonstrar o contraste muitas vezes equivocadamente entre o “sul” do Rio Grande do Sul, descrito como estagnado e pobre, em relação ao “norte” desse Estado, considerado mais dinâmico social e economicamente.

Segundo o mesmo autor acima, a campanha gaúcha apresenta uma notável heterogeneidade, principalmente no que diz respeito às condições para o desenvolvimento do seu setor primário.

Silva Neto (2009) aponta que estudos realizados sobre a agricultura do Rio Grande do Sul indicam que o tipo de agricultura prevalecente em uma dada região, pelo seu efeito sobre a dinâmica demográfica e a distribuição da renda, condiciona fortemente o surgimento e a sustentação de atividades não-agrícolas e, conseqüentemente, o desenvolvimento rural.

Para tal autor, na medida em que as atividades não-agrícolas no meio rural estão na origem dos processos de urbanização, a formação dos municípios do interior do Estado reflete, em boa medida, o seu processo de desenvolvimento rural.

Tubino (2014) anota que o PIB do Rio Grande do Sul cresceu 5,8% em 2013, maior do país, porém a agropecuária cresceu 39,7% onde o Estado é o maior produtor nacional de arroz, de uva, e agora de azeitonas e azeite de oliva, modificando a fisionomia do Pampa.

O autor citado no parágrafo anterior relata que nos últimos nove anos a paisagem da campanha vem mudando, onde no meio das pastagens agora destacam-se plantações de olivas que já somam um plantio de 1,2 mil hectares.

Tubino (2014) Ressalta que já estão sendo realizadas Festas de Colheita da Azeitona no município Pinheiro Machado, e que em 2013 foi inaugurada a primeira indústria de extração da região em Guarda Velha, onde um empresário do setor investiu em 120 hectares e 42 mil mudas, colhendo o resultado das primeiras 12 mil plantas, em torno de 80 a 100 mil quilos de azeitonas.

O autor acima comenta que trata-se de uma cultura nova que pode ser um complemento de renda para os agricultores familiares, ou até mesmo, para cooperativas industrializarem o produto.

Segundo Gomes (1979) a oliveira (*Olea europaea* L.) é uma espécie frutífera da família botânica Oleaceae, cujo plantio tem sido realizado em todos os continentes, nas regiões que apresentam clima subtropical ou temperado.

Conforme estudos Coutinho, Ribeiro e Cappellaro (2009) explicam que, a oliveira *Olea europaea* L. é uma das frutíferas mais antigas utilizadas pelo homem. Seu cultivo remonta 6.000 anos atrás. É originária de uma região geográfica que ocupa desde o Sul do Cáucaso até as altiplanícies do Irã, Palestina e a zona costeira da Síria, estendendo-se pelo Chipre até o Egito, povoando todos os países que margeiam o Mediterrâneo.

Os autores complementam que na atualidade é cultivada também no Sul da África, Japão, China e Austrália, e estende-se a todos os países cujo clima permite. Na América, foi introduzido primeiramente nos Estados Unidos, México e Peru, difundindo-se a partir daí para a Argentina e Chile.

Gomes (1979) explica que no Brasil, a oliveira foi introduzida há vários séculos e em quase todos os Estados da Federação, porém com maior frequência nas regiões Sul e Sudeste

O autor acima aponta que era muito comum encontrar árvores de oliveiras, próximas a igrejas e capelas durante o período do Brasil Colônia pelo simbolismo a qual era lhe oferecida. Quando o país começou a apresentar uma pequena produção, a família real, com medo de que o produto da colônia concorresse com o da metrópole portuguesa, ordenou o corte das árvores e este fato impediu que a olivicultura tomasse grande impulso na época.

Gomes (1979) salienta que em 1948, a cultura foi introduzida no Rio Grande do Sul, com propósitos de pesquisa, recebendo o apoio governamental que estimulava o desenvolvimento da cultura ainda sem base técnica, inclusive com oferecimentos de prêmios e isenção de imposto territorial, provocando assim, a formação de olivais de baixa qualidade.

Para complementar a história Coutinho, Ribeiro e Cappellaro (2009) citam que somente ao final dos anos sessenta, surgiram em alguns Estados brasileiros os plantios comerciais, inclusive no Rio Grande do Sul, onde até então, o Brasil conhecia apenas a azeitona em conserva e o azeite em lata que eram importados de Portugal.

Segundo Wrege et.al. (2009) no Estado, o município de Uruguaiana foi um dos pioneiros neste cultivo, através do Embaixador Batista Luzardo, que plantou na Fazenda São Pedro, um grande olival, com mudas oriundas da Argentina.

Com a produção, segundo o autor acima, foram realizadas análises em laboratórios brasileiros e italianos das azeitonas e do azeite produzido na região e verificaram que os mesmos não perdiam em qualidade para os produtos italianos. A partir daí, intensificou-se o plantio por todo o estado gaúcho, implantando-se olivais às margens do Rio Jacuí e nos municípios de Arroio Grande, Pelotas e Rio Grande, entre outros. No entanto, salienta o autor, que existem poucas plantas remanescentes dessas áreas de plantios.

Ainda conforme Wrege et. al. (2009) atualmente, as áreas com plantios comerciais no Rio Grande do Sul concentram-se em Bagé, Cachoeira do Sul, Caçapava do Sul, Dom Pedrito, Encruzilhada do Sul, Rio Grande, Santana do Livramento e Vacaria.

Terramoto, Bertocini e Pantano (2013) explanam que segundo os dados da FAO, no mundo, em 2010, a área produtiva atingiu aproximadamente 9,5 milhões de hectares de oliveiras e uma produção de cerca de milhões de toneladas de olivas.

Segundo os dados, o autor explica que o principal país produtor de oliva no mundo é a Espanha, que em 2010 produziu 8.014.000 toneladas de oliva em 2.092.800 hectares; Entre 2008 e 2010, a produção da cultura cresceu no mundo, passando de 18.044.724 toneladas em 2008 para 20.578.186 toneladas em 2010.

Em contrapartida explica, Terramoto, Bertocini e Pantano (2013), que a área produtiva diminuiu de 10.067.537 hectares em 2008 para 9.398.623 hectares em 2010, mostrando que a produtividade tem crescido passando de 1,79 t/ha para 2,18 t/ha.

Já o Mercado da oliva de mesa, De acordo com COI (2012), teve uma produção mundial de azeitonas de 2.440.000 toneladas na safra 2010/11. No período considerado na análise, safras de 2005/06 a 2010/11, houve crescimento de 38% na produção mundial, mostrando a tendência.

Tubino (2014) anota que o Brasil é um dos cinco maiores importadores de azeitonas e de azeite de oliva do mundo. São mais de 50 mil toneladas de azeite e mais de 80 mil de azeitonas de mesa, isso a um custo superior a R\$600 milhões. Como a renda dos

brasileiros aumentou é um mercado que cresce 10% ao ano (azeite) e de 14% ao ano, no caso das azeitonas.

Terramoto, Bertocini e Pantano (2013) argumentam que este aumento deve-se a fatores como: divulgação dos benefícios da dieta mediterrânea na saúde; entrada de produtos no mercado interno com preços mais acessíveis; aumento do poder aquisitivo de algumas classes sociais.

Segundo o levantamento dos autores acima, diversos são os fatores que têm impulsionado os novos investidores no cultivo das oliveiras no país, dentre eles podem ser citados: o mercado consumidor aquecido, a regulamentação do registro e comercialização dos azeites importados pela Instrução Normativa n. 1 do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, que objetiva eliminar a comercialização de azeites fraudados e/ou com caracterização química e sensorial diferente daquela apresentada no rótulo do produto, e a iniciativa de institutos de pesquisas em estudarem a cultura em condições estaduais e nacionais (MAPA, 2013).

Tubino (2014) comenta que no Rio Grande do Sul o governo do Estado criou uma câmara setorial que tem por meta expandir o plantio das oliveiras para de 1,2 mil para 10 mil hectares.

Segundo o autor acima, para a produção na região a Embrapa Clima Temperado de Pelotas, calcula um retorno de R\$20 mil por hectare. O investimento inicial está em torno de R\$25 mil onde uma máquina de extração custa R\$500 mil.

Conforme Tubino (2014) no Estado do Rio Grande do Sul quatro empresas já estão industrializando, a pioneira foi a Olivas do Sul, de Cachoeira do Sul.

Conforme Padilha e Mendes Junior (p.3,2007) a comercialização agrícola não consiste apenas na venda da produção em um determinado mercado, mas caracteriza-se por ser um processo contínuo e organizado de encaminhamento da produção ao longo de um canal de comercialização, no qual o produto sofre transformação, diferenciação e agregação de valor.

O autor acima ainda comenta que entre as várias situações que levam a geração e à implementação de um sistema de comercialização agrícola estão os desajustes entre o crescimento da demanda (consumo) e o da produção (oferta), bem como o desequilíbrio entre a produção para os mercados interno e externo. Este aspecto é de extraordinária importância e, muitas vezes, constitui um dos principais pontos de expansão da produção. A seguir seguem algumas considerações sobre a Região da Campanha e suas peculiaridades.

2.2.1 A Região da Campanha e seu Terroir

Segundo Tubino (2014) a campanha meridional esta formada pelos municípios de Bagé, Dom Pedrito, Lavras do Sul, Hulha Negra, Caçapava do Sul e Candiota; contando com uma população acima de 200 mil habitantes.

Conforme o mesmo autor acima, em Santana do Livramento, já fazendo parte da fronteira oeste, concentra-se a grande maioria da produção de videiras da região onde, somando as áreas da fronteira oeste e da campanha meridional, as duas dentro do Pampa dispõem de 17 vinícolas instaladas produzindo vinho de qualidade.

Na definição de Blume (2008) Terroir é uma palavra francesa de difícil tradução literal, por expressar uma condição complexa condicionada à influência do ambiente físico e humano, para a produção de um produto alimentar.

Segundo o mesmo autor acima, o termo surge como uma referência para a segmentação de estratégias de concorrência adotadas por diferentes organizações.

Blume (2008) explica que o termo tem sido difundido como uma garantia para as qualidades únicas provenientes do ambiente natural combinadas com práticas humanas que possivelmente influenciam na produção e tipificam o produto.

Coutinho, Ribeiro e Cappellaro (2009) explicam que o município de Santana do Livramento, faz parte de um já reconhecido *terroir* na produção de uvas e olivas. Os autores comentam que pelo município se encontrar no paralelo geográfico 31, o mesmo possui as principais características exigidas por tais culturas, no que diz respeito às condições primordiais de clima e solo para o desenvolvimento e produção, ressaltando que as condições físicas e químicas do solo são fundamentais para a implantação de um olival.

Segundo Coutinho, Ribeiro e Cappellaro (2009) os fatores ambientais registrados na região dão o suporte necessário para o bom desenvolvimento da produção. Com temperaturas raramente ultrapassando os 35°C, exceto em anos atípicos, mas por períodos curtos, e não ultrapassando os 40°C no verão, o clima torna-se ideal para maturação dos frutos.

Ainda sobre o assunto os autores explicam que com um inverno conservando as temperaturas médias entre 3 e 15°C e níveis pluviométricos um pouco acima do necessário, mas dentro dos padrões aceitos, a cultura adapta-se em conformidade as suas condições básicas de sobrevivência.

Discorrendo aos fatos, os autores complementam que na primavera, época em que ocorre o florescimento, pode até haver um excesso de chuva em alguns anos, porém ressalta-se que a Fronteira Oeste é a zona ideal para o cultivo da espécie principalmente porque a umidade relativa é baixa na fase de florescimento, situando-se entre 60-80%.

Ao decorrer deste referencial teórico estão sendo conceituadas algumas questões envolvidas no agronegócio em relação à Região da Campanha Gaúcha e a cultura da oliveira, e para complementar tal estudo, a seguir serão apresentadas as questões envolvidas nos processos de tomada de decisão no agronegócio assim como nas propriedades rurais.

2.3. O processo de tomada de decisão no agronegócio

Na visão de Simon (1979) a gestão, alicerçada pelo simples ato decisório, é algo inerente ao ser humano, onde a todo tempo irão surgir situações que obrigarão as pessoas a escolherem, entre as várias opções possíveis e/ou as informações disponíveis, um caminho a ser seguido.

Simon (1979) explica que na teoria econômica clássica, a tomada de decisão é baseada em um processo de escolha que conduz àquela alternativa que for considerada ótima para a organização, onde, por meio de regras e modelos, o tomador de decisão efetua uma escolha racional, escolhendo a melhor alternativa entre as já existentes.

Para Dutra, Machado e Rathmann (2008) de acordo com o modelo de escolha racional de tomada de decisão, os indivíduos tomam suas decisões visando à maximização de algo, adotando, para isto, um processo sequencial e linear.

Segundo os mesmos autores, nesses modelos os tomadores de decisão identificam um problema, coletam e selecionam informações acerca das potenciais alternativas de solução do problema, comparam cada possibilidade de solução com alguns critérios pré-determinados, ordenam as soluções de acordo com uma ordem de preferência e selecionam a opção ótima, porém, de acordo com a teoria contemporânea de tomada de decisão, existem outros elementos que influenciam neste processo, como o ambiente sócio-econômico, os valores e crenças do tomador de decisão, seus aspectos comportamentais, entre outros.

Conforme Araújo (2009) no Agronegócio, um dos desafios enfrentados pelos produtores é o não conhecimento dos processos, ou seja, da importância de se conhecer os

outros segmentos localizados à jusante e montante da propriedade. Através deste conhecimento o mesmo poderá conseguir melhores resultados, com a diminuição de seus custos de produção e a obtenção de melhores preços dos seus produtos.

Segundo Maximiano, (2002, p.26) a administração é o processo de tomar e colocar em prática decisões sobre objetivos e utilização de recursos. O processo administrativo abrange quatro tipos principais de decisões que passam pelo planejamento, a organização, a execução e o controle.

Para Dalcin, Oliveira e Troian (2009) ao momento que a sociedade passa a ter uma maior necessidade da gestão rural, é necessário estabelecer um conjunto de ações que orientam os atos de decidir o que, quando e como produzir, controlar o andamento dos trabalhos e avaliar os resultados obtidos.

Diante disso, os mesmos autores acima explicam que a atual necessidade da gestão da propriedade rural visa, de um lado, a administração de custos e do capital de giro de cada atividade desenvolvida na propriedade e por outro, o correto posicionamento da propriedade junto ao mercado, ao produto e ao cliente.

Sobre o assunto, Badejo (2005) expõe que no Brasil, a capacidade gerencial no agronegócio apresenta grandes diferenças em cada segmento onde a tomada de decisão do produtor é baseada em uma racionalidade própria que não se determina em função da lucratividade simplesmente, mas, sim, em decorrência da satisfação social ou mesmo da subsistência da família.

Confirmando a ideia citada acima Simon (1979) já destacara que o tomador de decisão é limitado por sua capacidade cognitiva, sendo o processo decisório também limitado por esta capacidade, ou seja, o tomador de decisão é um indivíduo que possui uma racionalidade limitada, apresentando limitação no seu conhecimento sobre os aspectos nos quais as decisões serão tomadas.

Completando este raciocínio Dalcin, Oliveira e Troian (2010) contextualizam que a infra-estrutura de uma propriedade rural (máquinas, instalações e equipamentos) também tem força acentuada na decisão, onde tais elementos acarretam menores tendências de mudança, provocando muitas vezes redução na área plantada.

Para Dutra, Machado e Rathmann (2008) ainda como fatos decisórios aos produtores rurais podem-se destacar as incertezas (advindas das externalidades).

Concomitante a isso, citam os autores, as circunstâncias que afetam a decisão dos agricultores, subdividem-se em condições internas e externas. As condições internas que afetam a decisão são os objetivos dos agricultores (risco, preferências e ingressos) e suas restrições de recursos (terra, capital e trabalho), enquanto que as externas são as condições de mercado (produto, insumos e crédito), as instituições e as políticas públicas.

Visto o exposto neste referencial passa-se a apresentar os aspectos metodológicos que orientaram o presente estudo.

3 METODOLOGIA

O cultivo de oliveiras na região ainda é um setor relativamente novo no segmento do agronegócio regional, portanto para saber os reais motivos que levaram os produtores locais adeptos a essa cultura a investirem nesse ramo de atividade e também avaliar os graus de satisfação no negócio, foi realizada uma pesquisa de caráter exploratória com viés qualitativo.

Para Gil (2010) as pesquisas exploratórias são as que apresentam menor rigidez no planejamento, mas com o objetivo de apresentar uma visão geral acerca de determinado fato tendo por principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias.

O mesmo autor citado acima aponta que este tipo de pesquisa torna-se ideal para temas ainda pouco explorados.

Na visão de Richardson (1999) a pesquisa qualitativa pode ser traduzida na tentativa de compreender de forma detalhada os significados e as características das situações percebidas ou vivenciadas pelos entrevistados.

O método de pesquisa deste estudo está alicerçado em um estudo de campo, sendo que a técnica de coleta ou construção de dados desenvolvida foi realizada através de um roteiro de entrevista previamente estabelecido com quatro produtores/gestores de oliveiras da região da campanha, onde tais produtores são os sujeitos de pesquisa.

O método considerado fez-se necessário devido à ausência de trabalhos na área e carência em informações, onde somente a campo, poderiam ser concebidas.

Buscando por uma base referencial sólida relacionada ao estudo de campo vale destacar Gil (2008), que aponta o estudo como um meio que serve de aprofundamento em questões propostas, podendo vir a apresentar uma maior flexibilidade estrutural com o decorrer do processo. O autor ainda cita que o estudo de campo, por estudar um único grupo ou comunidade em termos de sua estrutura social, vem a ressaltar a interação de seus componentes onde o mesmo pode utilizar muito mais técnicas de observação do que interrogação.

Os entrevistados foram identificados nas análises como E₁, E₂, E₃ e E₄, sendo que todos são pequenos e médios produtores rurais do ramo da olivicultura.

Gil (2008) aponta que a entrevista como técnica de coleta de dados é bastante adequada para a obtenção de informações acerca do que as pessoas sabem, esperam, sentem ou desejam, pretendem fazer, fazem ou fizeram bem como acerca de suas explicações ou razões a respeito dos assuntos estudados.

Cervo, Bervian e Da Silva (2007) discorrem que o tipo de pergunta na entrevista determina a maior ou menor exatidão dos dados e o grau de dificuldade na tabulação e análise das informações onde os aspectos de tempo e de recursos devem ser levados em consideração ao ser fixado o instrumento de coleta de dados.

Em relação à amostra, Gil (2008) comenta que esta se faz necessária para delimitar uma pequena parte dos elementos que compõem o universo ou a população, representando assim, o conjunto definido de elementos que possuem determinadas características que se pretende estudar. Neste trabalho a população foram os produtores/gestores do setor oleícola da região.

Os referentes dados oriundos da pesquisa foram analisados sob o enfoque interpretativo que segundo Gil (2008) tem uma correlação mútua entre organizar e resumir os dados possibilitando o fornecimento de respostas mais amplas ao problema proposto e também fazer uma ligação a outros conhecimentos obtidos anteriormente. Para a complementação do estudo seguem-se as análises de dados.

4 ANÁLISE DOS DADOS

Nesta parte da pesquisa apresenta-se a análise dos dados em que se confronta a percepção dos entrevistados com os conceitos abordados no referencial teórico deste artigo.

4.1 O agronegócio

Sabendo que o setor do agronegócio pode-se tornar dispendioso para os empresários rurais, devido aos altos custos de insumos, maquinários e mão-de obra muitas vezes é necessários utilizar-se de recursos financeiros através de financiamentos bancários, porém no

caso destes quatro entrevistados nenhum precisou acessar algum financiamento ou linha de crédito junto a tais instituições, pois os mesmos possuíam recursos próprios suficientes para tal.

Em relação aos maquinários necessários para o trabalho, o entrevistado E₁ comentou que estes já existiam em sua propriedade, como pode-se ver no trecho a seguir:

Como já tínhamos agricultura em nossa propriedade, equipamentos e maquinários já eram existentes. Investimos em insumos para correção de solo, que na olivicultura é primordial. Não utilizamos nenhuma linha de crédito junto a bancos por se tratar de uma área ainda pequena (4hc). Talvez usaremos quando aumentar a área de plantio.

Os entrevistados E₂, E₃ e E₄ conseguiram os maquinários necessários para a implantação do pomar com a patrulha agrícola do município onde a mesma cobrou taxas de serviço e o restante dos investimentos foram particulares. Tais atitudes dos empreendedores rurais vão de encontro ao pensamento de Zylbersztajn, Neves e Neves (2005). Estes ressaltam que as perspectivas do agronegócio no Brasil devem envolver as praticas de integração e não somente com as grande propriedades, mas principalmente absorver as pequenas propriedades.

O entrevistado E₃ ressaltou que:

O plantio em larga escala necessita investimento em maquinários e insumos. Não disponho de implementos agrícolas, já que sequer sou da área rural. Quando do plantio utilizei os serviços da patrulha agrícola do município, onde se faz um contrato em horas e a Prefeitura cobra uma taxa que seria para cobrir os gastos com o combustível. Hoje em dia, para fins de manutenção do olival, com roçados frequentes, utilizo a mão-de-obra de pequenos produtores rurais da localidade que tem máquina agrícola (trator, etc) e pago pelo serviço. Os demais serviços, tais como, capina, adubação, pulverização de produtos, tais como calda bordalesa, fertilizante foliar, etc, são feitos pessoalmente.

O entrevistado E₄ respondeu:

Para a manutenção do pomar contamos com um trator próprio, já que meu filho faz serviços de roçadas. Eu também ajudo como posso mas, devido a minha avançada idade meu filho é que se envolve mais.

Tratando-se de plantios ainda pequenos, e com o advento de ainda não terem realizado a primeira colheita, nenhum dos quatro entrevistados possuem empregados específicos para cuidar do olival a não ser eles próprios.

Stefanelo (2008) cita em seus estudos que o ambiente dos negócios na atualidade vem exigindo velocidade e agilidade dos gestores, onde, devido as grandes transformações que vêm acontecendo no mundo, são cada vez mais exigidos de tais profissionais que os mesmos estejam em contínua evolução para que assim possam acompanhar as mudanças e se manterem competitivos no mercado.

O autor citado acima expõe que hoje em dia o produtor não consegue ser mais independente e assim produzir qualquer mercadoria, sem saber para quem irá vender.

No tópico a seguir estão apresentadas as análises relacionadas as questões de inovação no agronegócio.

4.2 Inovação no setor do agronegócio

A inovação tecnológica no campo aumenta a produtividade, com isto pode-se notar as disparidades entre quem se utiliza dela e quem ainda depende de outros fatores. Todos os

entrevistados concordaram que a tecnologia tem ajudado muito nas atividades diárias das pessoas e que isto deve se tornar cada vez mais essencial. Sobre tal observação o entrevistado E₁ falou:

Acredito que a inovação no meio rural se faz necessária tanto tecnologicamente quanto a inserção de novas atividades, pois vejo como uma maneira de atrair profissionais e/ou trabalhadores para o campo, onde ainda há muita oportunidade/oferta de emprego, mas muito poucos preparados para tal.

O pensamento do entrevistado E₂ pode ser evidenciado no estudo de Campanhola (2004) que afirma que a geração, adaptação e adoção de inovações Tecnológicas pelo setor agropecuário tem tido fundamental importância no agronegócio brasileiro.

O entrevistado E₂ quando perguntado sobre a questão respondeu: *“Especificamente no tema das oliveiras, não vejo ainda, muita diferença. Pois na idade que nossas plantas estão, não precisamos de máquina para nenhum trabalho.”*

Já o entrevistado E₃, abordou o tema por uma visão diferente dos anteriores, onde o mesmo concorda que a tecnologia é imprescindível, mas que para o pequeno e médio produtor rural a tomada da tecnologia ainda é muito onerosa, pois são escassos os recursos disponibilizados para tal, e as novas tecnologias ofertadas para o campo ainda são muito caras. Pode-se acompanhar o seu raciocínio no trecho de sua fala a seguir:

Acredito muito na inovação tecnológica. Não obstante o fato é que o incentivo e fomento ao pequeno e médio produtor rural é escasso e não há como um pequeno produtor investir em tecnologia no campo sem recursos, pois as máquinas agrícolas e insumos representam um alto investimento do qual, via de regra, o pequeno produtor não tem condições de suportar.

A resposta do entrevistado E₃ converge com o pensamento de Zuín e Queiroz (2006) onde discorrem que o setor agropecuário familiar, ou seja, da pequena propriedade teve sua influência colocada em evidência nos últimos anos no qual o próprio desenvolvimento tecnológico tem tornado sua ação difícil.

Os mesmos autores citados acima complementam que mesmo que a importância social da agricultura familiar seja inquestionável, a sobrevivência das pessoas tem sido colocada em jogo. Muitos setores produtivos tem a capacidade de se associarem para defender seus interesses, mas no caso dos pequenos produtores esta tarefa é intrincada ou às vezes inviável.

O entrevistado E₄ relatou que a seu ver, a inovação tecnológica só vem a auxiliar as pessoas que dele se utilizam, porém que esta inovação sempre custa muito até chegar ao pequeno produtor.

Tal pensamento do entrevistado E₄ evidencia a obra de Zuín e Queiroz (2006) que relatam que a principal diferença no setor rural está na escala de produção onde os pequenos só sobreviverão caso se unirem e participarem de processos de cooperação entre os diversos fatores que agem na cadeia de produção, onde se torna escassa as chances de resistirem àqueles que não se adequem às exigências do mercado, o que significa incorporarem inovações tecnológicas e conhecimentos que os tornem mais competitivos.

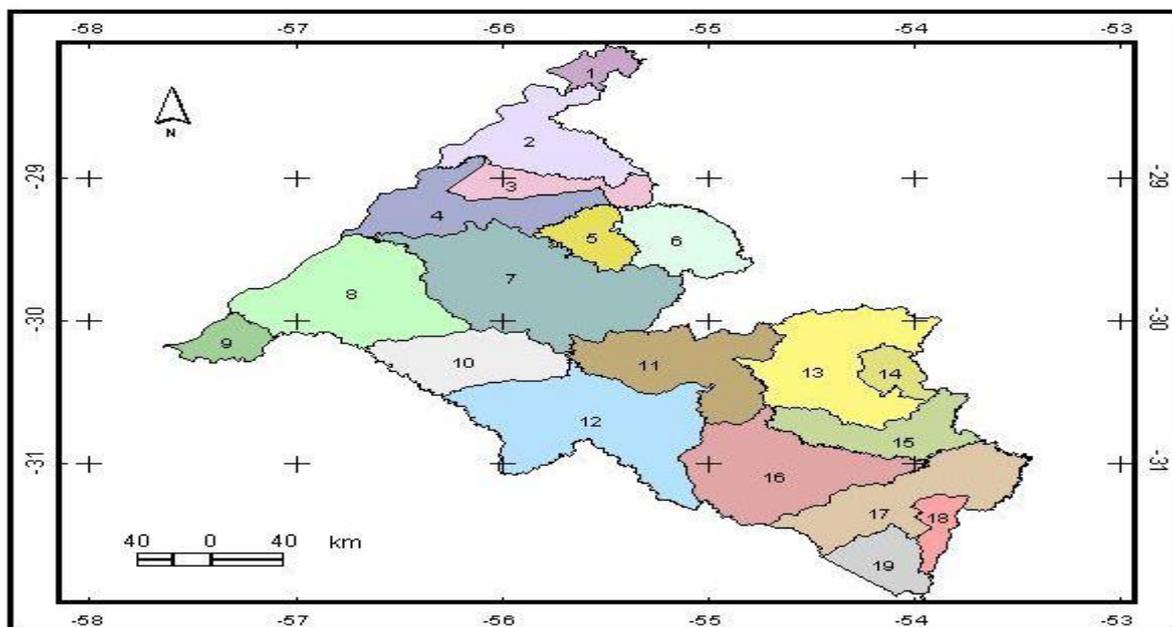
Os aspectos relacionados à economia da região são analisados no tópico a seguir.

4.3 A economia da Região da Campanha Gaúcha

A Campanha Gaúcha, na Metade Sul do Rio Grande do Sul, conforme figura 1 é designada por uma região que possui vastos campos consagrados à pecuária extensiva e a agricultura em grandes e pequenas propriedades. Alguns autores citam que a região apresenta

uma notável heterogeneidade, principalmente no que diz respeito às condições para o desenvolvimento do seu setor primário.

Figura 1: Mapa do sodoeste sul do Rio Grande do Sul e Campanha Gaúcha



1 - Garruchos/ 2 - São Borja/ 3 - Maçambará/ 4 - Itaqui/ 5 - Manoel Viana/ 6 - São Francisco de Assis/ 7 - Alegrete/ 8 - Uruguaiana/ 9 - Barra do Quaraí/ 10 - Quaraí/ 11 - Rosário do Sul/ 12 - Santana do Livramento/ 13 - São Gabriel/ 14 - Santa Margarida do Sul/ 15 - Lavras do Sul/ 16 - Dom Pedrito/ 17 - Bagé/ 18 - Hulha Negra/ 19 - Aceguá.

Fonte: CHELOTTI (2013, p. 25)

Perguntado sobre a atividade principal de sua propriedade rural onde situa-se o olival o entrevistado E₁ respondeu que na verdade são duas as atividades principais, como pode-se ver em sua fala, que diz: *“Diria que hoje em nossa propriedade temos 50% agricultura e 50% pecuária, exercidos há 30anos”*.

Já o entrevistado E₂ respondeu o seguinte: *“Não temos uma atividade principal, pois não dependemos do campo para viver. Porém criamos um pouco de gado e ovelha há uns 10 anos”*.

O entrevistado E₃ comentou que cultiva seu pomar em uma área arrendada há 3 anos, onde a atividade principal do proprietário é a produção pecuária.

O entrevistado E₄ também afirmou não possuir uma atividade principal assim como pode-se ver no trecho a seguir: *“Temos esta chácara para não ficar sem fazer nada na cidade, somos aposentados e gostamos de criar alguns bichinhos.”*

É notável o crescimento da área plantada com oliveiras no Estado do Rio Grande do Sul e principalmente na Região da Campanha Gaúcha mesmo com a desaceleração da economia. Perguntado sobre o conhecimento de outras pessoas que estejam cultivando e produzindo azeitonas o entrevistado E₁ respondeu que conhece e mantém contato com vários produtores, como pode-se ver na seguinte fala: *“Sim, conheço alguns produtores. Empresas: Olivopampa, Olivas do Sul, Tecnoplanta e Batalha (já visitadas). Particulares: aproximadamente 15 produtores.”*

Os entrevistados E₂ e E₄, relataram que conhecem vários produtores, mas nenhum que já esteja produzindo azeitonas e o entrevistado E₃ respondeu que conhece um produtor local e que já está produzindo azeite de qualidade na cidade de Santana do Livramento.

As respostas dos quatro entrevistados correlacionam-se com o estudo de Silva Neto (2009) onde o mesmo explica que a pecuária extensiva ainda predomina nas pequenas e

médias propriedades por questões econômicas e culturais. O mesmo autor cita que já fora feita uma análise da agropecuária no município de Santana do Livramento onde os resultados obtidos revelaram que uma distribuição fundiária favoreceria a implantação de sistemas de produção familiares o que poderia proporcionar um aumento na produção de riquezas e uma variabilidade produtiva na região.

A seguir pode-se conferir as análises realizadas sobre as questões que envolvem as características específicas do solo e clima da Região.

4.4 A região da campanha e seu Terroir

Existem regiões no globo terrestre que já estão consagradas e estabelecidas para o cultivo de determinadas culturas devido as suas características especiais. A região do paralelo geográfico 31 já esta definida como sendo a que melhor apresenta as condições favoráveis e necessárias de clima e solo para o plantio de Oliveiras, videiras e nogueiras, baseado nisto foi questionado junto aos entrevistados a localização de suas propriedades e se foi realizado algum estudo de solo e clima antes do plantio, O entrevistado E₁ relatou que estava ciente das condições do local de seu pomar e que para o plantio foram realizados estudos de solo da área a ser plantada. São as palavras do entrevistado:

Nosso olival, Olivais Fama, fica em Santana do Livramento, cidade citada como apta no Zoneamento Agrícola de Risco Climático para a cultura de oliveira no Estado do Rio Grande do Sul. Também fizemos análise de solo (Laboratório da Urcamp) e clima (Trabalho publicado pela Embrapa “Zoneamento Edafoclimático p/ plantio de oliveiras do estado).

O pensamento do entrevistado E₁ confirma as explicações de Coutinho, Ribeiro e Capellaro (2009) onde tais autores relatam a importância das propriedades do solo para o desenvolvimento da planta, pois a qualidade dos produtos (azeitonas e azeites) depende da natureza do solo de onde as raízes absorvem seus nutrientes.

O Entrevistado E₂ também estava ciente da sua localização e respondeu:

A propriedade esta situada nos Cerros Verdes. Quanto ao estudo de clima e solo, nos baseamos em um estudo da Embrapa. Onde delimitaram o estado em regiões propicias para o plantio da oliveira.

O entrevistado E₃ baseou-se no mesmo estudo da EMBRAPA que designou as áreas ótimas para a produção de azeitonas, porém relatou que na propriedade que se concentra seu pomar não foi feito nenhum estudo mais específico a não ser coletas de solo para garantir a adubação. O mesmo relatou o seguinte:

Não foi feito um estudo específico da área em que efetivei o plantio, tais como microclima ou coisas do gênero. Foi realizada a análise do solo antes do plantio para fins de correção da acidez agregando-se 18 toneladas de calcário.

Assim como o entrevistado E₂, o entrevistado E₃ realizou apenas coleta de solo para correção antes do plantio das mudas. O mesmo afirma estar ciente das condições de clima e solo e afirmou sempre acompanhar as novidades em torno do assunto. O mesmo relatou o seguinte:

Faz tempo que ouço falar nas condições favoráveis do paralelo 31, até mesmo por que sou vizinho de três grandes vinícolas aqui da cidade e tenho o privilégio de ter o Cerro de Palomas como cartão postal da minha propriedade.

O pensamento do Entrevistado E₃ confirma a ideia de Blume (2008) que aponta que, atualmente, diferentes empresas espalhadas pelo mundo, em variadas latitudes e paralelos estão se destacando no mercado mundial por combinarem recursos e estratégias qualificando os seus produtos através da diferenciação da origem geográfica reconhecida, como é o caso dos vinhos finos e dos produtos oriundos das oliveiras. O autor aponta que o *terroir* surge como sinônimo de qualidade e autenticidade derivado do seu local de origem.

O Destino final da produção é um fator determinante a ser pensado e é uma parte primordial de todo o projeto a ser realizado, sabendo que já existem empresas recebendo azeitonas tanto de mesa quanto de azeite, o entrevistado E₁ respondeu que pretende destinar a sua produção a uma empresa próxima a sua propriedade e que também agregará valor a produção trabalhando com variedades de mesa e de azeite. São as palavras do entrevistado E₁: *Pretendemos nas primeiras colheitas utilizarmos o Lagar da Olivopampa, pois é muito próximo a nossa propriedade. Agregaremos valor produzindo azeite e azeitonas de mesa.*

O pensamento do entrevistado E₁ remete a importância do estudo de Araújo (2009) que exalta incansavelmente a elaboração de um planejamento estratégico na empresa rural para a elaboração de formas ou caminhos que serão atingidos os clientes alvos, assim como serão controlados os processos de comercialização e a distribuição dos produtos e se necessário, a sua adaptação ou adequação junto ao mercado.

O entrevistado E₂ já pensa em um futuro próximo em realizar um consórcio entre pecuária-olivicultura, e também pretende produzir as próprias conservas, como pode-se ver no trecho de sua fala abaixo: *“Inicialmente, venderemos a produção para processadoras do setor. Depois, quem sabe, começaremos a fazer, com as variedades de mesa, nossas próprias azeitonas em conserva.”*

O entrevistado E₂ pensando em agregar valor ao seu produto vai ao encontro do pensamento de Zuín e Queiroz (2006) que anotam sobre a importância de produtos mais sofisticados e diferenciados na cadeia mercadológica, onde com a agregação de valor o produtor tem a possibilidade de cobrar um *plus* pelo seu trabalho em razão dos atributos especiais, ampliando a rentabilidade rural e também se mostrando até mesmo como uma questão de sobrevivência para a sua atividade, principalmente para os pequenos e médios empresários rurais.

O entrevistado E₃ e o E₄ pensam em destinar a sua produção para a produção de azeite, onde tal atitude destes últimos entrevistados vão na mesma direção do que abordo Araújo (2009), quando expõe que o estabelecimento rural deve ser tratado feito uma empresa e como tal é dever do gestor conhecer toda a cadeia produtiva para manter assim diferentes enfoques tanto para o estabelecimento de estratégias como para a operacionalização de suas atividades.

Abordados sobre as suas expectativas em relação ao futuro todos os entrevistados esperam as melhores possíveis devido ao crescimento no setor, porém ainda existem entraves para os pequenos produtores. O entrevistado E₂ respondeu: *“As expectativas são as melhores. As plantas estão muito bem adaptadas a nossa região e respondem perfeitamente aos tratamentos culturais. Espero chegar ao total de 10 hectares plantados e, quem sabe, fazer meu próprio azeite”*.

O entrevistado E₃ salientou que a dificuldade maior encontra-se na falta de informação e na falta de apoio da prefeitura e órgãos responsáveis pela agricultura familiar. O mesmo disse o seguinte:

As principais dificuldades são a ausência de linhas de crédito e incentivos específicos para o plantio da oliveira, já que o retorno do investimento é de médio e longo prazo. Também não há um auxílio técnico qualificado, seja através da Secretaria Municipal de Agricultura, seja pela EMATER, ou outros órgãos estatais que pudessem dar o necessário acompanhamento e auxílio inicial aos produtores que tenham interesse no plantio. Dessa forma, o produtor precisa buscar conhecimento e solução para os problemas enfrentados, inclusive com a assistência técnica de engenheiro agrônomo

O entrevistado E₄ mostra-se entusiasmado com o novo negócio e espera logo pela primeira colheita, o mesmo respondeu:

Há pouco realizei o meu primeiro plantio e já estou pensando em ampliá-lo. Estamos tomando todas as medidas possíveis para manter a qualidade do pomar haja vista, que já ouvi falarem que no pico de produção, daqui uns 6 anos um hectare de oliveiras poderá nos render cerca de R\$30.000,00.

A seguir passa-se as questões relacionadas ao processo de decisão realizado pelos oleicultores.

4.5 O processo de decisão no Agronegócio

Com relação à percepção dos entrevistados sobre o processo de tomada de decisão no agronegócio viu-se que este se dá em função de distintos elementos inerentes as ambições de cada indivíduo em relação à finalidade de seus investimentos e o melhor retorno esperado, bem como afirma Simon (1979) em seu discurso sobre a tomada de decisão e o comportamento administrativo.

O Autor citado acima afirma que o simples ato de decidir algo envolve situações e ações intrínsecas de cada pessoa, e inclusive o momento em que o ato deve ser concluído.

O entrevistado E₁, em seu caso, decidiu juntamente com seu cônjuge entrar no ramo oleícola ao se inteirar sobre o assunto em uma reportagem publicada em um jornal, como pode-se ver em sua fala a seguir:

Li, em 2015, num jornal local, reportagem que falava do interesse do governo do Estado em incentivar o plantio de oliveiras devido ao clima e solo deste serem apropriados. “Programa Estadual de Olivicultura / Pró-Oliva” Minha motivação veio ao saber do alto retorno financeiro por hectare, baixo custo de implantação, o que superava o que tínhamos atualmente na propriedade (gado e soja) e o desejo que sempre tive em diversificar culturas.

Questionado sob como ficou conhecendo a cultura da oliveira o entrevistado E₂ relatou que foi através de seu neto que fez uma especialização no determinado assunto na Espanha, e que a escolha ainda foi reforçada devido aos baixos custos dos tratamentos culturais inerentes a atividade, onde o entrevistado relatou:

Os principais motivos para a escolha da implantação de oliveiras, foram diversificação de atividades na propriedade e o pouco cuidado que as plantas necessitam, já que moramos na cidade.

O entrevistado E₃ relatou que tomou conhecimento do cultivo através de uma reportagem onde o tema tratava sobre o plantio de oliveiras no Estado e as expectativas do referido setor no agronegócio, a partir disso o mesmo começou um estudo por conta própria para avaliar as condições de iniciar na atividade. A resposta do entrevistado vêm a divergir com o estudo de Dalcin, Oliveira e Troian (2009) onde é exposto em seus estudos que o pequeno produtor rural, na maioria das vezes, apresenta um perfil desqualificado de informações. São as palavras do entrevistado E₃:

Na verdade não me foi apresentado por qualquer programa governamental, em nenhum nível de governo (Estadual, Municipal ou Federal), mas ouvi uma reportagem na TV que o cultivo de oliveiras era muito promissor no Brasil, em especial no Rio Grande do Sul em razão do clima propenso à espécie. Então passei a estudar e ler sobre o tema e decidi, após um ano de leitura e análise do mercado, em fazer um investimento inicial da plantação de dois hectares.

O entrevistado E₄ contou que tinha interesse em agregar valor a sua pequena propriedade rural e estava em busca de alguma cultura que fosse de fácil trato, porém que mesmo que em longo prazo obtivesse resultados monetários. O mesmo relatou que se interessou neste tipo de cultura ao escutar uma reportagem em uma emissora de rádio, onde um técnico explanava sobre o assunto. Assim que o programa acabou o entrevistado E₄ entrou em contato por telefone com o técnico.

Os processos de tomada de decisão e a sua colocação em prática muitas vezes depende de um consenso entre os responsáveis pelo o olival, sobre o assunto o entrevistado E₁ discorre: *“Com o auxílio do Sebrae montamos um “Plano de Negócio”. As decisões são tomadas em conjunto por meu marido e eu, e a administração é basicamente feita por meu marido, que é Engenheiro Agrônomo.”*

Como pode-se observar que o pensamento do entrevistado E₂ vem de comum acordo com o pensamento de Dalcin, Oliveira e Troian (2009) onde discorrem que a sociedade, cada vez mais, necessita de gestão rural, caracterizando assim a condições de o quê, como e quando produzir. Tendo condições de administrar os custos de capital e de giro da atividade desenvolvida na propriedade.

No que tange ao assunto abordado anteriormente, sobre a administração do olival o entrevistado E₂ explica que em sua propriedade é o neto o responsável técnico, sendo este proprietário e fundador de uma empresa que administra soluções no que diz respeito ao assunto. Os demais entrevistados também possuem o auxílio do acompanhamento técnico especializado realizado pela referida empresa, que orienta as atividades ao decorrer no ano, porém mesmo assim são os próprios entrevistados que tomam a decisão final sobre o andamento dos trabalhos.

De acordo com Maximiano (2002) a tomada de decisão dos pequenos produtores é baseada em racionalidades próprias que não são determinadas apenas pela lucratividade, mas sim pela satisfação pessoal ou social, ou até mesmo da subsistência da família.

No que diz respeito à busca de informações sobre o setor no que tange ao andamento das atividades ao cultivo de oliveiras há um consenso entre os entrevistados, pois relataram que inicialmente foi muito difícil encontrar informações atualizadas sobre o assunto, porém todos buscaram suporte junto com outros produtores do setor e também com órgãos públicos como a prefeitura na secretária de agricultura e a Emater. Todos os entrevistados também contam com o apoio técnico de uma empresa especializada

As respostas dos entrevistados correlacionam-se com o pensamento de Zylbersztajn, Neves e Neves (2005) que observam que a visão sistêmica dos processos da propriedade rural e de seu ambiente é importante, assim como a obtenção de informações seguras acerca das atividades, pois permitirá o acesso a ferramentas que oferecerão o apoio a manipulação do grande número de dados para a tomada de decisão.

Com a análise dos dados oriundos desta pesquisa foi possível montar o raciocínio que é exposto nas considerações finais que se seguem.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo foi elaborado com intuito de Identificar os fatores levados em consideração pelos produtores de oliveiras na região da campanha gaúcha a decidirem por este ramo do agronegócio.

Mesmo com a atual retração de investimentos observadas no último ano no país, devido às condições do panorama político e econômico, o agronegócio brasileiro continua sustentando a balança comercial brasileira.

A agropecuária com seu papel fundamental na criação de emprego e renda é a responsável pela retomada da aceleração da economia e isso deve-se ao profissionalismo e alta competência dos empresários e trabalhadores rurais que aliados as condições naturais conseguem alavancar importantes índices produtivos.

A Região da Campanha Gaúcha tradicionalmente contribui com os números positivos do agronegócio em relação ao todo, além da sólida produção pecuária somam-se ao contexto as safras recordes de soja, a produção vinífera e em ascensão a produção oleícola.

Buscando-se atender os objetivos específicos da pesquisa, foi possível verificar a dinâmica do agronegócio na região da campanha gaúcha e a real situação da olivicultura.

Através de uma pesquisa de caráter exploratória com viés qualitativo foi possível confirmar que o cenário do agronegócio da metade sul do estado, ainda segue, mesmo nas pequenas propriedades rurais, sendo sustentado pela criação de gado. Já nas médias e grandes propriedades que se utilizam a agricultura como atividade principal e ocorre o maciço domínio da soja e do arroz.

Tomando-se por base empresários rurais atuantes no município de Santana do Livramento ou na Campanha Gaúcha como um todo, viu-se que há um investimento considerável na olivicultura, observando-se que o tema está em evidência no cenário produtivo, onde a produção de olivas se destaca entre as novas culturas que surgem por apresentar uma proposta de diversificação e agregação de valor às propriedades.

Entre os fatores levados em consideração pela adoção deste cultivo está a possibilidade de trabalho utilizando pequenas áreas, o seu consórcio com outras culturas ou atividades e a baixa necessidade de tratamentos culturais e conseqüentemente mão de obra extra.

Trata-se de uma cultura vista pelos produtores como excelente alternativa de geração de renda extra, porém com retorno em longo prazo, onde os rendimentos com a colheita podem ultrapassar os R\$ 25.000,00 por hectare.

As expectativas giram em torno da primeira safra no qual somente no município de Santana do Livramento já estão em processo de implantação e adequação de pomares mais de 20 investidores.

Foi possível verificar com este estudo que a experiência dos gestores/produtores é um fator determinante nas tomadas de decisão das propriedades, tanto nos atos iniciais de o quê produzir quanto nas ações seguintes de quando e como produzir.

A cultura da oliveira na Região carece ainda de apoio técnico de órgãos do setor porém destaca-se um zoneamento agrícola de risco climático para a cultura no Estado do Rio Grande do Sul que foi realizado pela EMBRAPA, onde o mesmo, delimitou cidades e regiões tidas como aptas para a produção oleícola.

É importante salientar, conforme resultados deste estudo, que o fato de muitos produtores terem formação superior, tem feito com que haja uma qualificação dos empresários, bem como a capacidade de adquirir informações sólidas, o que amplia a otimização dos processos de decisões que neste ramo do agronegócio é baseado em fatores complexos, como uso do solo e o emprego de tecnologias adequadas para a produtividade. Entretanto, a ajuda e a cooperação técnica de órgãos especializados, entende-se, traria maior qualidade e até mesmo credibilidade à cultura que começa a ser introduzida na Região.

A disposição de tempo para o cuidado do pomar também aparece como um recurso preponderante para a decisão de investir neste tipo de cultura, sendo que opção pelo cultivo de oliveiras também é visto como uma forma de otimizar o tempo livre ou aproveitamento de espaços cultiváveis, visto que, por ser algo ainda muito novo, não há uma dependência das plantações de olivais para a sobrevivência. Trata-se de uma cultura que não é a atividade principal nas propriedades permanecendo como uma diversificação de cultura.

Neste estudo viu-se que a olivicultura ainda não possui uma representação significativa na geração de empregos formais e renda para a região, pois os olivais ainda estão

em fase de formação e por isso os proprietários entrevistados ainda não possuem funcionários específicos para trabalhar nos pomares. Quando há a necessidade de utilização de mão de obra para o trato com o olival, na maioria das vezes, são os próprios produtores que realizam as tarefas juntamente com seus parentes ou funcionários do estabelecimento. Um dado importante obtido neste estudo foi com relação à adesão à contratação de mão de obra especializada, pois, devido o alto custo de investimento inicial os proprietários estão focando na qualidade de seus pomares.

O planejamento estratégico realizado por alguns produtores antes do início do investimento no negócio possibilitou a avaliação correta das condições gerais tal como preço de mercado, concorrência, forças e fraquezas no setor. Dentro deste aspecto a tomada de decisão tornou-se mais clara, pois os gestores puderam perceber e estimar as suas condições atuais e projetar as suas atividades em relação ao futuro.

Com este estudo foi possível ver que as expectativas referentes ao cultivo de olivas estão cada vez maiores devido à demanda pelo produto, visto que o país é o maior importador de azeitonas e azeite de oliva da América latina. Outro fator importante é o surgimento de novas fábricas processadoras na região que também vêm a justificar os investimentos realizados pelos produtores.

A questão da obtenção de tecnologia mostra-se como o fator mais preocupante devido ao alto custo de aquisição da mesma, seja em relação à compra de mudas de qualidade, à utilização de insumos específicos ou até mesmo com a adequação nutritiva do solo para os pomares.

O custo de implantação do pomar ainda mostra-se relativamente caro em relação a área plantada o que leva os pequenos produtores a limitarem as suas áreas, mesmo que com a primeira safra sólida, quando as plantas estiverem com em média 6 anos de idade, os custos sejam totalmente cobertos.

A pesquisa possibilitou a análise de uma pequena, porém substancial fração do cenário da Olivicultura do Estado e ao transcorrer de seus objetivos pode-se confirmar as boas expectativas em relação ao futuro de tal atividade. Mesmo sendo ainda muito oneroso financeiramente ao pequeno produtor a inserção na referida cultura e a escassez de informações, a olivicultura atualmente aparece como uma rentável e importante proposta para contribuir com os índices do agronegócio regional.

Já é possível ver nos portfólios das grandes feiras e eventos do agronegócio na Região um espaço reservado para a discussão e a apresentação dos produtos oriundos das oliveiras que vão desde azeites extras até produtos de beleza, onde cada vez mais está sendo incentivado o seu consumo devido aos benefícios que tais produtos trazem a saúde.

Recomenda-se que todas aquelas pessoas que desejem investir no ramo da oleicultura busquem informações com empresas da área e realizem um plano de negócios para visualizarem seus horizontes na atividade. É de fundamental importância o conhecimento de todas as etapas cronológicas da maturação do pomar e o cuidado com o mesmo, pois este fator será o elemento fundamental entre o sucesso ou o desgosto com o investimento.

O estudo em questão além de auxiliar na construção de informações sobre o cultivo de oliveiras abre uma nova janela para futuras discussões sobre o assunto e ainda pode servir de base para pesquisas ou levantamentos em relação a viabilidade econômica do negócio em questão.

5 REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, M. J. Fundamentos do Agronegócio. 2 ed. 4 reimp. São Paulo: Atlas, 2009.
- BADEJO, M. S. Análise da agregação de custo e de valor por atividades, em uma cadeia agroindustrial: caso do gado de corte. Tese de Doutorado em Agronegócios, Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócio, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.
- BLUME R. Explorando os recursos estratégicos do terroir para a vitivinicultura brasileira. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios. Programa de Pós-Graduação em Agronegócios. Porto Alegre, 2008.
- BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Projeções do Agronegócio : Brasil 2012/2013 a 2022/2023 / Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Assessoria de Gestão Estratégica.– Brasília : Mapa/ACS, 2013.96 p.
- CAMPANHOLA, C. A inovação tecnológica frente aos desafios do agronegócio, São Paulo: Valor Econômico, 19 de março de 2004.
- CHELOTTI, C.M. A dinâmica territorialização-desterritorialização-reterritorialização em áreas de reforma agrária na Campanha Gaúcha. Cmpo-território: revista de geografia agrária, v. 8, n. 15, p. 1-25. São Paulo, 2013.
- COI. Consejo Oleícola Internacional. Disponível: <
http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/100-mission-statement?lang=es_ES >
Acesso em: Ago. 2016.
- COUTINHO, E. F.; RIBEIRO, F. C.; CAPPELLARO, T. H. (Ed.). Cultivo de Oliveira (*Olea europaea* L.). Pelotas: Embrapa Clima Temperado, 2009.
- DALCIN, D.; OLIVEIRA, S. V.; TROIAN, A.; Gestão rural e a tomada de decisão: Estudo de caso no setor olerícola-Agricultura Familiar e Ruralidade. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre - RS - Brasil. 2009.
- DUTRA. A.S.; MACHADO J.A.D.; RATHMANN R. Alianças estratégicas e visão baseada em recursos: Um enfoque sistêmico do processo de tomada de decisão nas propriedades rurais. UFRJ –Rio de Janeiro – Brasil-2008
- PAIVA, C.; (Org.). Evolução das desigualdades territoriais no Rio Grande do Sul. Santa Cruz do Sul. EDUNISC, 2008.
- FEE. Faixa de fronteira do Rio Grande do Sul: economia, infraestrutura e gestão do território. <<http://www.fee.rs.gov.br/wp-content/uploads/2014/03/20140324107.pdf>> Acesso em: Ago. 2016.
- FEIX, R. D.; LEUSIN JÚNIOR, S. Painel do agronegócio no Rio Grande do Sul — 2015. Porto Alegre: FEE, 2015.

FONSECA, P. C. D. O Brasil Meridional na Formação Econômica do Brasil. In: COELHO, F. da S.; GRANZIERA, R. G. (Org.). Celso Furtado e a Formação Econômica do Brasil. São Paulo: Atlas, 2009. V. 1, p. 116-124.

GIL, Antonio C. Como elaborar projetos de pesquisa. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

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

GOMES, P. A olivicultura no Brasil. São Paulo: Melhoramentos, 1979. 208 p.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Censo Agropecuário 2006. Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: Acesso em: 19 ago. 2015.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Censo Demográfico 2010. Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: Acesso em: 19 ago. 2015.

MAXIMIANO, A. C. A. Teoria Geral da Administração: da revolução urbana à revolução industrial. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO - MAPA. Azeites de Oliva e Óleo de bagaço de oliva (Instrução Normativa). Brasília: MAPA, n. 1, 30 jan. 2012. Disponível em: <<http://sistemasweb.agricultura.gov.br/sislegis/action/detalhaAto.do?method=consultarLegislacaoFederal>>. Acesso em: Ago. 2016.

PADILHA, J.B.; MENDES JUNIOR.T.G. Agronegócio, Uma abordagem econômica. São Paulo: Pearson Prentice hall, 2007.

PORSSE, A. A. Notas Metodológicas sobre o Dimensionamento do PIB do Agronegócio do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: FEE, 2003. (Documentos FEE, n. 55)

RICHARDSON, Roberto Jarry. Pesquisa Social: Métodos e Técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SILVA NETO, B. Desenvolvimento rural, questão agrária e sustentabilidade da Campanha Gaúcha. Universidade Federal da Fronteira Sul. 2009

SIMON, H. A. Comportamento administrativo: estudo dos processos decisórios nas organizações administrativas. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1979.

STEFANELO E. O Agronegócio Mundial e Brasileiro, Vitrine da Conjuntura, Curitiba, v.1, n.1, março 2008.

SUPERVAREJO. São Paulo: Apas, 2011. Volume de azeites cresce em 2010. Revista SuperVarejo, São Paulo, n.130, out. de 2011. 90 p.

TEIXEIRA, G. O agronegócio é 'negócio' para o Brasil? Brasília, fevereiro de 2013.<<http://www.reformaagrariaemdados.org.br/sites/default/files/O%20agroneg%C3%B3cio%20%C3%A9%20neg%C3%B3cio%20para%20o%20Brasil%20-%20Gerson%20Teixeira.pdf>> Acesso em Set. 2016.

TERRAMOTO J.R.S. Histórico da Introdução da Cultura da OLIVEIRA no Brasil. Secretaria da Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo. Instituto Agronômico de Campinas-IAC. Expo Azeite São Paulo, 13 de setembro de 2010.

TERRAMOTO J.R.S.; BERTONCINI E.I.; PANTANO A.P.; MERCADO DOS PRODUTOS DA OLIVEIRA E OS DESAFIOS. Informações Econômicas, SP, v. 43, n. 2, mar./abr. 2013.

TUBINO N. O crescimento e a diversificação da economia gaúcha. GGN – O jornal de todos os Brasis. Junho de 2014 <<http://jornalggn.com.br/fora-pauta/o-crescimento-e-a-diversificacao-da-economia-gaucha>> Acesso em Set. 2016.

ZYLBERSZTAJN, D.; NEVES E.; NEVES, M.F.; Agronegócio do Brasil. São Paulo: Saraiva 2005.

ZUÍN, L.F.S.; QUEIROZ, T.R. Agronegócio: Gestão e Inovação. São Paulo: Saraiva. 2006

WREGE, M., S.; RADIN B.; MATZENAUER, R.; RODRIGUES DE ALMEIDA, I.; STEINMETZ, S.; JUNIOR, C. R.; COUTINHO, E., F.; Zoneamento Agroclimático para Oliveira no Rio Grande do Sul. Pelotas: Embrapa Clima Temperado, Documento 259 – 24p. 2009.