

EMPREENDEDORISMO FEMININO NA FEIRA LIVRE EM NOVO HORIZONTE DO NORTE-MT

FEMALE ENTREPRENEURSHIP AT THE FREE MARKET IN NOVO HORIZONTE DO NORTE-MT

EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN LA FERIA LIBRE DE NOVO HORIZONTE DO NORTE-MT

Indianara Cristina Mesnerovicz De Oliveira
Alessandra Maria Filippin dos Passos Santos - alessandrafilippinsantos@gmail.com

Submissão em: 10/07/2024

Aceito em: 24/11/2024

RESUMO

O empreendedorismo feminino no Brasil tem evoluído significativamente ao longo dos anos, mostrando o potencial e a determinação das mulheres em criar e liderar negócios bem-sucedidos. Assim também em feiras livres é uma forma essencial de participação econômica das mulheres, contribuindo para o desenvolvimento local, a promoção da economia criativa e a valorização da cultura popular. Este trabalho tem como objetivo analisar o empreendedorismo feminino na feira livre no município de Novo Horizonte do Norte-MT. A pesquisa foi realizada por meio de revisão bibliográfica, entrevistas com empreendedoras e análise de dados relacionados ao empreendedorismo feminino na feira livre. Os resultados destacam a importância das mulheres nesse contexto, o perfil de mulheres mais jovens, suas motivações que surgiram da oportunidade para ter autonomia e a realização pessoal e o impacto positivo que poderia ocasionar em políticas públicas para fomentar o empreendedorismo feminino na feira livre no município.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino. Feira Livre. Motivações

ABSTRACT

Female entrepreneurship in Brazil has grown significantly over the years, demonstrating women's potential and determination to create and lead successful businesses. In the same way, street markets are an essential form of economic participation for women, contributing to local development, promoting the creative economy and valuing popular culture. This study aims to analyze female entrepreneurship in street markets in the municipality of Novo Horizonte do Norte-MT. The research was conducted through a bibliographic review, interviews with entrepreneurs and analysis of data related to female entrepreneurship in street markets. The results highlight the importance of women in this context, the profile of younger women, their motivations that arose from the opportunity to have autonomy and personal fulfillment and the positive impact that could be caused by public policies to promote female entrepreneurship in street markets in the city.

Keywords: Female Entrepreneurship. Street Market. Motivations

RESUMEN

El emprendimiento femenino en Brasil ha crecido significativamente a lo largo de los años, lo que demuestra el potencial y la determinación de las mujeres para crear y liderar negocios exitosos. Asimismo, los mercados callejeros son una forma esencial de participación económica de las mujeres, contribuyendo al desarrollo local,

promoviendo la economía creativa y valorando la cultura popular. Este estudio tiene como objetivo analizar el emprendimiento femenino en los mercados callejeros del municipio de Novo Horizonte do Norte-MT. La investigación se realizó a través de una revisión bibliográfica, entrevistas a emprendedoras y análisis de datos relacionados al emprendimiento femenino en mercados ambulantes. Los resultados resaltan la importancia de las mujeres en este contexto, el perfil de las mujeres más jóvenes, sus motivaciones que surgieron de la oportunidad de tener autonomía y realización personal y el impacto positivo que podrían causar políticas públicas para promover el emprendimiento femenino en los mercados callejeros del ciudad.

Palabras clave: Entrega. Comportamiento del consumidor. Decisión de Compra. Gastos de Envío

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo no Brasil está crescendo cada vez mais nos últimos anos, segundo a Federação Nacional das Empresas de Serviços Contábeis e das Empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas (FENACON, 2023), a edição 2022 do relatório da Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2022, realizado pelo Sebrae e pela Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (Anegepe), detectou que 67% da população brasileira adulta está envolvida com empreendedorismo, seja porque já tem um negócio, está fazendo algo para ter ou deseja começar a empreender nos próximos três anos.

Mesmo diante da crise econômica atravessada pelo nosso país e dos desafios impostos pela Covid-19 em toda a sociedade, o empreendedorismo no Brasil continua florescendo. De acordo com uma pesquisa conduzida pela Contabilizei com base em dados da Receita Federal, mais de 2 milhões de empresas foram criadas durante o primeiro semestre de 2022 (Santos, 2023).

As mulheres estão conquistando seu lugar nos negócios, ao longo dos anos comprovando suas capacidades e pontos fortes empreendedores, seu potencial é reconhecido mundialmente quando o assunto é gerir e investir em novas ideias. Existem várias razões pelas quais a participação das mulheres no mercado de trabalho precisa ser estudada e analisada, como: por apresentarem forte impacto nas relações sociais, uma vez que significam mudanças nos padrões familiares e culturais, outro fator está relacionado com a discriminação de gênero, tanto relacionado às diferenças como salários e empregos (Peso, 2023).

Devido a uma série de desafios que as mulheres vêm enfrentando no mundo sendo no mercado de trabalho, como até mesmo na sociedade em que vive. A indagação central do estudo é: quais motivações norteiam o empreendedorismo feminino na feira livre do município de Novo Horizonte do Norte-MT?

A feira livre do município de Novo Horizonte do Norte - Mato Grosso está em funcionamento desde o ano de 2022, onde iniciou se com mais de 30 mulheres empreendedoras e originou se através do movimento Grupo MAM (Mulheres Apoiam Mulheres), com o intuito de fortalecer o empreendedorismo feminino no município e sua valorização. O grupo MAM iniciou se em meio a pandemia através da iniciativa de um grupo de professoras do município de Novo Horizonte do Norte-MT com a intensão de ajudar o empoderamento feminino da região do Vale do Arinos. A ideia é atuar com palestras, orientações jurídicas, orientações de saúde, ou qualquer tipo de orientações que as mulheres precisarem. A feira livre do município acontece uma vez ao mês em um espaço da prefeitura municipal no qual está sob direção e cuidados da secretaria de educação e também recebem o apoio da prefeitura municipal de Novo

Horizonte do Norte-MT e o banco Sicredi para as realizações da feira livre.

Para as autoras Favare & Yada (2019), a participação feminina no campo é essencial para o progresso do meio rural, visto que as mulheres têm assumido papéis de destaque na sociedade, ocupando cargos de liderança, administrando propriedades e participando ativamente nos sindicatos rurais com o intuito de promover a equidade de gênero. Esse é um assunto amplamente debatido, uma vez que a maioria dos trabalhadores rurais são do sexo masculino.

Hoje em dia, reconhecemos a importância de enfatizar as características individuais e estabelecer ambientes propícios para auxiliar os empreendedores em sua busca pela sustentabilidade e pelo sucesso. Isso envolve criar condições que facilitem sua permanência no cenário socioeconômico, como investir em qualificação profissional e em gestão, disponibilizar microcrédito acessível, implementar políticas públicas direcionadas ao empreendedorismo e desenvolver legislação adequada para apoiar os empreendedores (Natividade, 2009).

Nesse sentido, o estudo visa demonstrar a importância de fomentar o empreendedorismo feminino e a necessidade de obter apoio de políticas públicas às mulheres empreendedoras com o objetivo de obter espaço para crescer profissionalmente no mercado atual, através de qualificações profissionais, disponibilização de créditos, entre outros fatores que influenciam nos desafios das empreendedoras.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo Feminino no Brasil

No empreendedorismo feminino os novos desafios que rodeiam no universo da economia pelo seu trabalho, vêm crescendo a participação empreendedora, nem sempre vinculada a uma ação profissional formalizada, e ainda com pouca ou nenhuma orientação de gestão, minimizando o seu potencial, mas presente e em busca de desenvolvimento (Natividade, 2009).

O empreendedorismo feminino destaca-se porque as mulheres são agentes de mudança social, não só para si mesmas, mas também para aqueles que as rodeiam. Isso porque o empreendedorismo feminino estimula a economia e ajuda a mudar a realidade de outras mulheres que podem contribuir para a economia e ainda se sentem incentivadas a agir e deixar de lado diversos paradigmas relacionados ao gênero, preconceito e a falta de oportunidade (Silva; Oliveira, 2023).

Para os autores Amorim e Batista (2012) a importância das mulheres como empreendedoras para a sociedade baseia-se na contribuição econômica, uma vez que criam empregos para si e para outros. Na importância da sua conduta em administrar a dupla jornada como exemplo social e no aumento da autonomia, o que era considerado improvável e desnecessário.

No Brasil, os negócios floresceram desde a década de 1990, quando a população começou a estar ligada à economia estrangeira e, por meio do investimento estrangeiro, aumentou a competição entre empresas brasileiras por empresas estrangeiras. Devido principalmente a introdução no mercado de produtos importados a custos mais baixos e facilmente disponíveis, o que acelerou o crescimento do país (Barbosa, 2012).

O empreendedorismo feminino não refere-se somente do começo de novas empresas, mas, do surgimento do comando de mulheres nos negócios, na política, nas organizações públicas ou privadas. O Brasil é caracterizado por uma cultura machista

em que a imagem do líder está associada à figura masculina. No entanto, as mudanças cada vez maiores no ambiente social e econômico exigem novos rostos, apelando a uma atitude mais próxima, mais humana e mais maternal para com os empreendedores (Rodrigues, 2022).

De acordo com a pesquisa de empreendedorismo feminino, realizada pelo SEBRAE (2023) com base em dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), o número de mulheres empresárias no Brasil chega a 10,3 milhões. O número de mulheres liderando empresas é o maior desde o início da pesquisa, em 2016. As mulheres representam 34,4% dos empresários do país, o que está muito próximo do recorde de 34,8% de 2019. O número de mulheres empresárias que criam empregos elevou 30% entre 2021 e 2022, atingindo aproximadamente 300 mil empreendedoras femininas.

Em vista disto, nas feiras livres é comum encontrar mulheres empreendedoras atuando em diversas áreas, como alimentação, artesanato, cosméticos naturais, roupas, acessórios e muito mais. Elas desempenham papéis-chave como produtoras rurais, comerciantes e gestoras de seus negócios. Essa atividade possibilita que elas tenham uma fonte de sustento própria, contribuindo para a autonomia financeira e a melhoria da qualidade de vida.

2.2 Agricultura Familiar e Feiras Livres como Ambiente Empreendedor

A decisão de compra de um cliente pode ser influenciada por outra pessoa, A agricultura familiar é o cultivo da terra da própria família em sua propriedade rural, contribuindo com a sua subsistência. Compreende-se por agricultura familiar, a família que ao mesmo tempo em que é dona dos meios de produção, assume o trabalho no seu local produtivo. Este caráter familiar não é um mero detalhe superficial e descritivo, visto que se refere a uma estrutura produtiva que conecta família-produção-trabalho e tem impactos fundamentais para a forma como age econômica e socialmente (Wanderley, 1999).

Para os autores Junqueira e Lima, (2008) o desenvolvimento e reconhecimento da agricultura familiar necessitam de vários fatores sejam sociais, econômicos, políticas e culturais que precisam ser o fortalecimento e valorização da agricultura familiar dependem de um conjunto de fatores econômicos, sociais, políticos e culturais que precisam ser inseridos, no qual o papel do Estado e das políticas públicas realizam um papel essencial.

A feira livre é um espaço urbano que consiste em movimentar a economia da cidade através de vendas de produtos, sejam artesanais, da agricultura familiar, dos microempreendedores individuais, entre outros.

As feiras livres fazem parte do dia a dia da sociedade brasileira e oferecem uma grande variedade de produtos agrícolas e artesanais, e vêm se expandindo em termos de variedade de seus produtos. Neste espaço também existe um ambiente de relacionamento interpessoal entre expositores, consumidores e demais sujeitos envolvidos (Santos; Santos, 2020).

Para os autores Godoy e Anjos (2003) as feiras livres consistem em uma rede complexa de relações que constituem uma variedade de empregos, fluxos, bens e relações sociais. Estas são caracterizadas principalmente como atividades informais de trabalho familiar, e os participantes nas atividades são geralmente membros da família, realizando por sua vez uma grande demanda por serviços diretos e indiretos como transporte, matéria-prima, embalagens e atendentes.

2.3 Caminhos para o fomento do empreendedorismo e desenvolvimento local

Para o autor Salim (2009), apresenta um *checklist* para contribuir na criação de um empreendimento para o desenvolvimento local, levando em conta a vida das pessoas que residem, trabalham e frequentam a região, como apresentado no Quadro 1.

Quadro 1- Checklist para a criação de um empreendimento

| Variáveis | Contexto |
|---|--|
| Definição de local; | O local pode ser definido como rua, bairro, região, cidade ou até mesmo espaços maior e recomendável para a experiência do empreendedor. |
| Identificação das características do local escolhido; | É necessário que seja verificado se sua percepção é a mesma das pessoas que residem, trabalham ou frequentam o local. |
| Identificou aspectos do local que não satisfazem ao seu público; | Imagine como você solucionaria a situação. |
| Visualize as ações que precisam ser realizadas; | Precisa realizar as ações para se obter melhorias pretendida. |
| Definição da missão do empreendimento, objetivo que vai atingir; | Quais ações deverão ser tomadas para que o empreendimento atinja os objetivos. |
| Observe se as providências ou ações resultaram na melhoria como você pretendia; | Se for sim, siga em frente, caso ao contrário volte no começo. |
| Momento de pensar em manutenção; | Liste as ações para garantir a permanência das melhorias conquistadas. |
| Releia a sua proposta e veja se levou em conta o ponto de vista da sociedade; | Antes de iniciar o empreendimento haverá necessidade de maior segurança a isso. |
| Novamente, reveja a sua lista de ações e pense como poderia haver participação da comunidade local; | A comunidade local deve acompanhar o empreendimento. |
| Imagine a duração dessas ações, seu custo e os tipos de recursos necessários; | Como deve ser o funcionamento para cumprir a missão. |

Fonte: Adaptado de Salim (2009).

Dando continuidade para a contribuição de caminhos, os autores Hashimoto; Borges (2019), apresenta atividades da capacidade criativa para ajudar na geração de boas ideias, conforme Quadro 2.

Quadro 2- Atividades para auxiliar na geração de idéias para um empreendimento

| Variáveis | Contexto |
|---|--|
| Escolha o tema; | Tema ou assunto que seja de seu interesse pode ser um hobby, experiência positiva que já teve no passado ou etc. |
| Levantar o máximo de informações sobre o tem; | É a fase de coleta de matéria-prima, acúmulo de conhecimento, esta fase pode durar meses. |
| Explore a ociosidade; | A ociosidade permite que o cérebro faça conexões espontâneas entre fatos e dados. |
| Converse com as pessoas; | A interação ajuda a despertar ideias em que a ociosidade não detectou. |
| Fuja da rotina do seu cotidiano; | Muitas ideias aparecem quando saímos da zona de conforto. |
| Anote tudo; | Muitas ideias e insights podem surgir e começará a reunir informações, pode ser uma boa ideia. |
| Desafie os paradigmas; | Quebrar paradigmas significa abandonar esses |

| | |
|---------------------------------|---|
| | pré-conceitos em favor de novas possibilidades. |
| Esvazie sua xícara; | Trata-se de uma figura metafórica, a xícara cheia impede a entrada de novos conhecimentos. Esvaziar a xícara é a habilidade de desaprender. |
| Explore outros pontos de vista; | Aprenda a inverter a ordem das situações, é possível que certas convicções sejam reinterpretadas. |
| Refine suas ideias; | Agora é o momento de selecionar as ideias que fazem mais sentido. |

Fonte: Adaptado de Hashimoto e Borges (2019).

Para Aveni (2014), relata que o empreendedorismo não é algo passageiro, e nem se relaciona apenas em questão de sobrevivência, mas também a circunstâncias de escolhas e de proveito de oportunidades. O autor apresenta que na definição e no processo de abertura de um negócio, a oportunidade vem em primeiro lugar, como apresentado no Quadro 3.

Quadro 3- Etapas para abertura de um negócio

| Variáveis | Contexto |
|---|---|
| Identificação e desenvolvimento; | Uma oportunidade na forma de visão. |
| Validação e criação de um conceito de negócios; | Seja por meio de criação, aquisição, franquia etc. |
| Captação dos recursos; | Sejam por meio de talentos, tecnologias, capitais e créditos, equipamentos etc. |
| Implementação do empreendimento; | Para dar início aos trabalhos. |
| Captura da oportunidade; | Por meio do início e crescimento do negócio. |
| Extensão do crescimento do negócio; | Por meio da atividade empreendedora sustentada. |

Fonte: Adaptado de Aveni (2014).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia empregada no estudo é qualitativa. As pesquisas qualitativas definem pela utilização de dados qualitativos, com o intuito de estudar a prática vivida das pessoas e locais sociais complexos, segundo o entendimento dos próprios atores sociais (Gil, 2019).

Para os autores Nielsen, *et al.*, (2017) a pesquisa descritiva possui o objetivo de conter as características de uma sociedade, de um acontecimento ou de uma experiência. Essa classe de investigação geralmente emprega variáveis de classificação, medida e/ou quantidade para determinar seu objeto de estudo.

No delineamento da Pesquisa foi utilizada a pesquisa bibliográfica e a pesquisa a campo. Para os autores Nielsen *et al.*, (2017) a pesquisa bibliográfica é elaborada com base em material científico já publicado, como livros, artigos, dissertações e teses. O objetivo dessa pesquisa é levantar e organizar o conhecimento disponível sobre o objeto da pesquisa. Essa “nova” organização do conhecimento acumulado, em especial sobre assuntos que já dispõem de muitas pesquisas e publicações, constitui-se na contribuição do pesquisador para a ciência.

O universo da pesquisa é a feira que se localiza no município de Novo Horizonte do Norte- MT que segundo o censo do IBGE (2022), o município possui uma área territorial de 920,048 km² e 3.349 habitantes.

Os sujeitos público-alvo desta pesquisa eram de 20 mulheres empreendedoras que participam da feira livre, e comercializam seus produtos dentre eles oriundos da agricultura familiar, artesanatos, entre outros. Porém as entrevistas foram realizadas

apenas com 16 empreendedoras, pois no período da pesquisa houve desistência de mulheres em participar da feira livre.

Foram realizados questionários com perguntas abertas e fechadas para a compreensão do perfil de cada uma das entrevistadas. Esta pesquisa teve como objetivo buscar respostas dos entrevistados, para facilitar o entendimento deles e assim chegar a uma conclusão.

Para o autor Severino (2007), o questionário é um conjunto de perguntas sistematicamente conectadas, as perguntas devem estar relacionadas ao tema e formuladas de forma clara para que os sujeitos possam entendê-las bem, estas podem ser perguntas fechadas ou abertas. No primeiro caso, a resposta é selecionada a partir das opções dadas pelo pesquisador e no segundo caso, os sujeitos podem explicar suas respostas com suas próprias palavras, com base em dados pessoais.

Os dados coletados foram registrados em uma planilha do Excel® e a análise e compilação foram conduzidas utilizando o software R Studio. Esse procedimento possibilitou a elaboração de um perfil das participantes, englobando aspectos sociais e econômicos.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A feira livre denominada de Feira do Horizonte é localizada na Avenida Mestre Falcão, próximo ao terminal rodoviário do município de Novo Horizonte do Norte-MT, conforme observado na Figura 1.

Figura 1 - Feira do Horizonte



Fonte: Imagens feitas pelos autores, 2024

A pesquisa foi realizada com 16 empreendedoras femininas na feira livre no município de Novo Horizonte do Norte-MT, os dados a seguir mostram as informações interessantes diante do perfil e a forma de visualizar o empreendedorismo feminino no município, conforme Tabela 1.

Tabela 1- O perfil das mulheres feirantes empreendedoras

| Perguntas | Resultados% |
|-------------------------------|--|
| Qual a sua faixa etária? | 25 a 35 anos- 44% 35 a 45 anos- 31% Acima de 45 anos- 25% |
| Qual o nível de escolaridade? | Fundamental Incompleto- 6% Fundamental Completo- 6% Ensino médio incompleto- 19% Ensino médio completo- 25% Superior incompleto- 19% Superior completo- 13% Pós-graduação- 12% |
| Possui filhos? Quantos? | Possui 1 filho- 19% Possui 2 filhos- 37% Possui 3 filhos ou mais- 44% |

Fonte: elaborado pelos autores, 2024.

Nesta pesquisa, observa-se que referente a idade temos a prevalência de empreendedoras mais jovens com 44% das entrevistadas possui entre 25 a 35 anos. Isso corrobora com o relatório do GEM (2015) que apontam a faixa de idade 25 a 34 anos como a mais relevante entre os empreendedores no Brasil.

Sobre a escolaridade percebe-se que a maioria (25%) possui ensino médio completo e é um nível de educação que proporciona as pessoas a buscar cursos complementares, uma graduação, ou seja, buscar melhores oportunidades e condição de vida.

Este estudo vem de encontro com o trabalho de Santos *et al.*, (2018) relacionado ao perfil e caracterização dos empreendimentos do empreendedorismo feminino no município de Arcos-MG. No qual constatou que na escolaridade grande parte das empreendedoras analisadas possui ensino médio completo.

Os resultados apontam também que em relação a quantidade de filhos, 44% possuem três ou mais filhos, 37% possuem dois filhos e 19% possuem apenas um filho. O que indica que a maioria das entrevistadas possui 3 ou mais filhos. Estes dados são de grande relevância pois as empreendedoras necessitam de apoio e ajuda no seu empreendedorismo, seja através da montagem para exposição de seus produtos e/ou nas vendas na feira livre, e os filhos estão sempre dispostos a ajudar.

Foi questionado também sobre aspectos que envolvem a comercialização dos produtos na feira municipal de Novo Horizonte do Norte-MT, conforme Tabela 2.

Tabela 2- O tipo de comercialização e sua formalização empresarial

| Perguntas | Resultado% |
|---|---|
| Os produtos são de produção própria ou revenda? | Produção própria- 81% Revenda- 13% Ambos- 6% |
| Possui cadastro de produtor rural? | Não- 87% Sim- 13% |
| Você já é formalizada no seu negócio, abertura de MEI entre outros? | Não- 50% Sim- 44% Andamento- 6% |
| Em caso negativo na questão anterior, por que não formalizou? | Falta de conhecimento- 12% Não quis formalizar- 50% Outros motivos- 38% |
| A feira é a única fonte de renda? | Sim- 6% Não- 94% |

Fonte: Elaborada pelos autores, 2024.

Os resultados na tabela 2 sobre os produtos vendidos na feira livre se concentrou na maioria (81%) com a produção própria de empreendedoras que expõem seus produtos na feira, no qual são produtos do ramo alimentícios e artesanatos. 13% com revenda e apenas 6% com as duas opções de vendas. O resultado destaca que as empreendedoras possuem habilidades e talentos para produzirem e venderem seus produtos na feira livre.

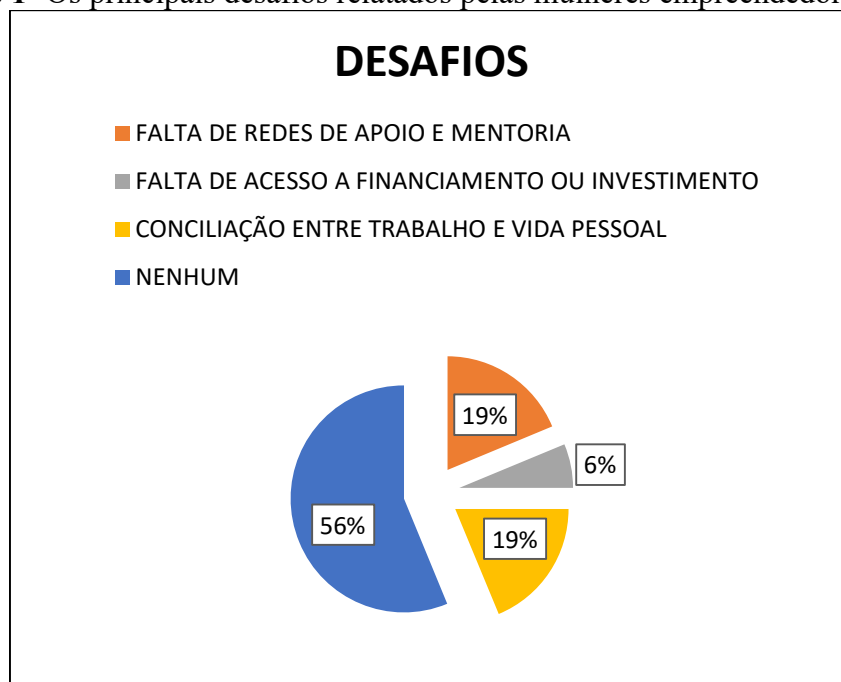
De acordo com Pereira *et al.*, (2023) em sua pesquisa sobre o perfil e perspectiva dos feirantes realizada em um bairro de Itajubá, sul de Minas Gerais relata uma grande participação de feirantes que comercializam algum tipo de produção própria, e ressalta que a produção própria mostra a independência que as pessoas possuem, aspecto fundamental da soberania alimentar.

Os dados mostram também que a maior parte (87%) não possui cadastro de produtora rural, o que indica que ambas são moradoras da zona urbana do município e apenas 13% possuem o cadastro de produtora rural. Os dados demonstram também uma quantidade significativa de mulheres que não são formalizadas, e que parte delas optaram por não se formalizar. Esta pesquisa vem de encontro com a pesquisa da Escola Nacional de Administração Pública- Enap (2023), que apontam um grande número de empreendedoras femininas no Brasil que trabalham informal.

Nota se que as empreendedoras possuem outras fontes de renda para agregar o seu rendimento, pois 94% delas disseram que a feira livre não é a única fonte de renda, e apenas 6% disse que é sua única fonte de renda. Devido a uma única feira realizada ao mês, o que dificulta as vendas mensais, acredito que se houvesse mais oportunidade de realizar a feira mais vezes, o rendimento seria maior para as empreendedoras.

Outro fator que chama atenção é sobre os desafios das mulheres empreendedoras da feira livre de Novo Horizonte do Norte- MT, em que a maioria apontou não haver nenhum desafio significativo, conforme Gráfico 1.

Gráfico 1- Os principais desafios relatados pelas mulheres empreendedoras



Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

De acordo com o gráfico acima a maioria (56%) não possui nenhum desafio que sejam relevantes. Houve um empate de 19% entre a falta de redes de apoio e mentoria com a conciliação entre trabalho e vida pessoal. Isto vem de encontro com o estudo de Strobino (2009), pois de acordo com a autora existe maior dificuldade em separar o que é trabalho do que é vida pessoal em pequenos negócios. E apenas 6% disseram possuir desafios com a falta de acesso a financiamento ou investimento para os seus negócios.

Os dados representam que as empreendedoras não possuem desafios, o que não condiz com outras pesquisas e cenário referente ao empreendedorismo feminino. A representação das mulheres na esfera econômica cresceu incrivelmente ao longo dos anos, uma evolução de uma luta histórica que permeou a humanidade durante séculos, lutando contra muitas adversidades para alcançar o essencial, a equidade entre homem e mulher e a liberdade (Santos; Silva, 2021).

Na sequência, foi representado na Tabela 3 as motivações das empreendedoras femininas a trabalhar na feira livre do município e sobre os seus empreendimentos.

Tabela 3- Motivações no empreendimento

| Perguntas | Resultados% |
|---|---|
| Qual o motivo que levou a trabalhar neste ramo? | Falta de emprego- 19% Necessidade- 12% Oportunidade- 44% Outros motivos- 25% |
| Qual é o principal motivo que te motiva a empreender? | Potencial de ganhos- 25% Liberdade e autonomia- 37% Realização pessoal- 37% |

Fonte: Elaborada pelos autores, 2024.

Com os resultados apresentados na tabela acima, 44% das empreendedoras disseram que o motivo que levou a trabalhar na feira livre foi por oportunidade, 25% foram outros motivos, 19% foram pela falta de emprego e com uma taxa mínima de 12% a motivação de trabalhar na feira por necessidade. O que contraria o fator excludente de necessidade versus oportunidade, proposto pelo GEM (2017), seguido do estudo feito pela autora Ramos (2021), com as mulheres feirantes no município de Benjamin Constant- Amazonas relata que a iniciativa das mulheres se tornarem feirantes surgiu da necessidade, da falta de emprego e da oportunidade, e que as mesmas continuam mantendo seus negócios e gerando emprego para os demais familiares e até mesmo outras pessoas.

Em relação aos resultados das motivações que motiva as empreendedoras empreenderem, houve um empate de 37% entre liberdade e autonomia e da realização pessoal, seguido de 25% de potencial de ganhos em ser os motivos de empreender.

Segundo a autora Rocha (2022) com a busca da mulher por diferentes atividades a fim de exercer um papel diferente na sociedade, encontrar a autonomia, encontrar realização pessoal e independência financeira; o empreendedorismo surge com um dos ramos a ser seguido.

Estes resultados indicam que para as empreendedoras a participação delas na feira livre não significa a precisão de uma necessidade ou a falta de dinheiro, mas sim de empoderamento, oportunidade para potencial de ganhos e realização pessoal.

A seguir apresentaremos uma figura de nuvem de palavras que irão apresentar características que as mulheres participantes da feira livre acreditam ser importantes para o sucesso das empreendedoras.

Figura 2- Nuvem de palavras de características ou habilidades



Fonte: Elaborada pelos autores, 2024.

A figura acima apresenta uma nuvem de palavras em relação as características ou habilidades que as empreendedoras acreditam serem importantes para o sucesso das empreendedoras, entre elas ser persistente, ter iniciativa, se capacitar, possuir metas, disposição para correr riscos. Este resultado corrobora com a pesquisa de Vieira; Vieira e Enes (2022), que também relatou características similares em sua pesquisa com mulheres empreendedoras no Distrito Federal. As características citadas pelas entrevistadas foram: coragem; persistência; risco; transformação; liberdade; planejamento; saber tomar de decisões; saber gerir pessoas; busca contínua por conhecimento e aprimoramento; disposição; facilidade em negociar entre outras características.

Dessa forma, a Tabela 4 a seguir irá representar os tipos de ajuda ou apoio que as mulheres empreendedoras recebem para os seus negócios e as ações que poderiam de alguma maneira incentivar mais mulheres a serem empreendedoras.

Tabela 4 - Apoio e suporte para os negócios.

| Pergunta | Resultado% |
|--|---|
| Você recebe algum tipo de apoio ou suporte para o seu negócio? Se sim de que forma? | Não- 44% Sim- 56% (22% ajuda dos filhos) (11% ajuda do esposo) (67% ajuda da família) |
| Em termos de políticas e programas governamentais, o que você acha que pode ser feito para incentivar e apoiar mais mulheres empreendedoras? | Não- 6% Linhas de créditos- 6% Apoio aos iniciantes- 6% Apoio financeiro- 6% Apoio na Divulgação/Marketing- 6% Buscar parcerias- 12% Ajuda de custo para aquisição de espaço próprio- 12% Parcerias de eventos- 12% Programa de incentivos- 34% |

Fonte: Elaborada pelos autores, 2024.

Com os resultados da tabela acima, 56% das entrevistadas disseram que recebem ajuda e apoio nos seus negócios, entre elas com a ajuda dos filhos (22%), ajuda do esposo (11%), e a representando a maioria 67% recebem a ajuda da família. É uma parte significativa de 44% que não recebem nenhuma ajuda ou apoio.

De acordo com Teixeira; Bomfim (2016), as empreendedoras que recebem apoio de um parceiro ou colega (por exemplo, marido) admitem que o seu negócio exigiria mais tempo se não fosse pela ajuda que receberam. Sem este tipo de parceria, as mulheres podem não ser capazes de avaliar a situação ou acreditar que a ajuda irá reduzir o conflito.

Em relação ao que pode ser feito para incentivar e apoiar mais mulheres empreendedoras, surgiu várias opções que possam ajudar no empreendedorismo feminino, como linhas de créditos (6%), apoio aos iniciantes (6%), apoio financeiro (6%), apoio na divulgação dos negócios (6%), a busca de parcerias (12%), ajuda de custo para aquisição de um espaço próprio para a realização da feira livre (12%), parcerias de eventos para trazer público e assim aumentar as vendas(12%) e a maioria 34% relataram que precisa ter mais programas de incentivos.

Isto corrobora com Antunes *et al.*, (2022) no qual relatou em sua pesquisa sobre o empreendedorismo feminino que através das perguntas e reflexões das empreendedoras sobre as suas experiências e a realidade da falta de incentivos para o desenvolvimento do empreendedorismo feminino e a busca de uma rede de apoio.

Os dados refletem a necessidade de buscar parcerias para incentivar as mulheres empreendedoras em seus negócios, trazer eventos para atrair mais públicos para que possam oferecer e vender seus produtos, uma vez que o município é pequeno e possui suas limitações. Reflete também a busca por programas de incentivo para que sequentemente possam prosperar em seus negócios.

Segundo o estudo dos autores Vieira; Vieira e Enes (2022) com 27 mulheres empreendedoras sobre o empreendedorismo feminino, seus significados, motivações e desafios no estado de Distrito Federal, os mesmos recomendam pesquisas a respeito de políticas públicas para que possam estimular o empreendedorismo feminino e também combater as desigualdades de gênero.

Por último, buscou-se fazer uma pergunta, se teria alguma dica ou conselho para as outras mulheres que desejam empreender.

Se você tem objetivo, vai enfrente e encara!

(ENTREVISTADA 1)

Se tem vontade faça, se sabe pelo menos o começo, comece e vai se capacitando ao longo do caminho e seja persistente. (ENTREVISTADA 2)

Descobrir o que gosta de fazer, usar isto como uma fonte de renda e fazer com amor.

(ENTREVISTADA 3)

Se tem objetivos, nunca desistir dele. (ENTREVISTADA 4)

Que como eu, elas venham pra luta, a gente aprende a cada dia, o importante é não desistir. (ENTREVISTADA 5)

As demais entrevistadas deixam como dica ou conselho que sejam persistentes e que não desistam. As características mais relevantes foram a persistência, a coragem, o planejamento, a autorrealização, a visão diferenciada, assumir riscos, ser inovador, saber gerir o tempo e acompanhar o dinamismo do mercado (Rocha, 2022).

Existem muitos outros exemplos de mulheres empreendedoras bem-sucedidas no Brasil, que servem de inspiração para outras empreendedoras. Essas mulheres têm alcançado reconhecimento nacional e internacional, contribuindo para a construção de um ambiente mais inclusivo e igualitário.

5 CONCLUSÃO

O presente trabalho analisou o empreendedorismo feminino na feira livre do município de Novo Horizonte do Norte-MT, através de um questionário aplicado a 16 mulheres feirantes ativas. A maioria das entrevistadas tem entre 25 e 35 anos, ensino médio completo e três ou mais filhos. A maioria dos produtos vendidos na feira é de produção própria, mas grande parte das entrevistadas não possui cadastro de produtora rural nem é formalizada como MEI. A feira livre não é a única fonte de renda para a maioria, que também obtém rendimentos em outros locais.

Quanto aos desafios, a maioria não enfrenta obstáculos significativos em seus negócios. As motivações para participar da feira incluem a busca por liberdade e autonomia, e muitas recebem apoio familiar em seus empreendimentos. As mulheres empreendedoras desempenham um papel transformador e buscam motivar outras mulheres para trilharem seus caminhos. É necessário desenvolver redes de apoio e programas de incentivo para fornecer suporte, mentoria e acesso a recursos, contribuindo para um ecossistema mais favorável ao empreendedorismo feminino e fortalecendo para o desenvolvimento local do município.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, S. R. A. et al. Empreendedorismo feminino. **Revista Gestão em Foco**, n. 14, 2022. Disponível: <https://portal.unisepe.com.br/unifia/wp-content/uploads/sites/10001/2022/03/EMPREENDEADORISMO-FEMININO-96-a-108.pdf>. Acesso: 05 de abr. 2023.

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. **Núcleo de Pesquisa da FINAN**, v. 3, n. 3, p. 1-14, 2012. Disponível em: <http://www.uniesp.edu.br/sites/biblioteca/revistas/20170602115149.pdf>. Acesso em: 25 set. 2023.

AVENI, Alessandro. **Empreendedorismo contemporâneo: teorias e tipologias**. Grupo GEN, 2014. *E-book*. ISBN 9788522489978. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522489978/>. Acesso em: 24 ago. 2023.

BARBOSA, Roger Eduardo. Vista do empreendedorismo: seu desenvolvimento, como é o seu ensino, e a sua importância aos jovens. **Revista do Departamento de Administração da FEA**, v.7, n.1, 2012. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/caadm/article/view/27391/28655> . Acesso em: 3 out. 2023.

DA SILVA SANTOS, R.; SILVA, R. Os fatores condicionantes para o empreendedorismo feminino local: Um olhar para os empreendimentos em São José do Belmonte-PE. **Cadernos de Gestão e Empreendedorismo**, v. 9, n. 1, p. 1–15, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.32888/cge.v9i1.49163>. Acesso em: 30 Out. 2023.

ENAP, Repositório Institucional da ENAP: Estudos e Pesquisas da Enap. Empreendedorismo feminino no Brasil, 2023. Disponível em: <https://repositorio.enap.gov.br/handle/1/209> . Acesso em: 28 mar. 2024.

FAVARE, M. C. C.; YADA, M. M. A importância da mulher na agricultura familiar. **SIMTEC - Simpósio de Tecnologia da Fatec Taquaritinga**, v. 5, n. 1, p. 427-436, 22 dez. 2019.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. **Empreendedorismo no Brasil: relatório executivo 2022**. Curitiba: GEM/SEBRAE, 2015. 21 p. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/\\$File/5904.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/$File/5904.pdf). Acesso em: 30 mar. 2024

GEM, Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo 2017**. Curitiba: IBQP, 2017.

GIL, Antonio C. **Métodos e técnicas de pesquisa social, 7ª edição**. Grupo GEN, 2019. *E-book*. ISBN 9788597020991. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597020991/>. Acesso em: 05 jul. 2023.

GODOY, W. I.; ANJOS, F. S. O perfil dos feirantes de Pelotas. In: V Encontro de Pós-graduação e XII Congresso de Iniciação Científica, 2003, Pelotas. **Anais...** Pelotas, UFPel, 2003, 1 CD-ROM.

HASHIMOTO, Marcos; BORGES, Cândido. **Empreendedorismo - plano de negócios em 40 lições - 2ED**. Editora Saraiva, 2019. *E-book*. ISBN 9788571440494. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788571440494/>. Acesso em: 23 ago. 2023.

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mt/novo-horizonte-do-norte/panorama> . Acesso em: 04 abr. 2024.

JUNQUEIRA, C. P.; LIMA, J. F. de. Políticas públicas para a agricultura familiar no Brasil. **Semina: Ciências Sociais e Humanas**, Londrina, Brasil, v. 29, n. 2, p. 159–176, 2008.

NATIVIDADE, D. R. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. **Revista de Administração Pública**, v. 43, n. 1, p. 231-256, 2009.

NIELSEN, F.A. G.; OLIVO, R. O.; MORTILHAS, L. J. **Guia prático para elaboração de monografias, dissertações e teses em administração**. Editora Saraiva,

2017. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788547223120>. Acesso em: 05 Jul. 2023.

PEREIRA, V. G. et al. Expressões econômicas da feira-livre: perfil e perspectiva dos feirantes. **Revista NUPEM**, v. 15, n. 35, p. 205–225, 2023.

PESO, L. L. N. **Empreendedorismo feminino**: um estudo sobre as características e tipicidades empreendedoras das costureiras do município de Benjamin Constant- AM 2022. Disponível em: https://riu.ufam.edu.br/bitstream/prefix/6225/2/TCC_LarissaPeso.pdf . Acesso em: 04 out. 2023.

RAMOS, N. T. **Empreendedorismo feminino**: uma análise do perfil e realidade das mulheres feirantes na feira coberta do produtor “Raimundo Freitas” no município de Benjamin Constant - Amazonas. 2021. Disponível em: <http://riu.ufam.edu.br/handle/prefix/5887>. Acesso em: 23 jun. 2023.

ROCHA, G. T. **Empreendedorismo feminino**: significados, motivações e desafios das mulheres que decidem empreender no DF. [s.l.] Biblioteca Central da UNB, 2022.

RODRIGUES, F. C. C. **Empreendedorismo feminino**: um mecanismo em busca da igualdade de gênero e autonomia econômica da mulher. 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/233262/TCC%20Fernanda%20Rodrigues.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 3 out. 2023.

SALIM, Cesar. **Introdução ao empreendedorismo**. Grupo GEN, 2009. *E-book*. ISBN 9788595154414. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595154414/>. Acesso em: 05 jul. 2023.

SANTOS, B. **Empreendedorismo no Brasil**: como se preparar para empreender? 2023. Disponível em: <https://hotmart.com/pt-br/blog/empreendedorismo-no-brasil> . Acesso em: 22 set. 2023.

SANTOS, Lauriene Teixeira; CAMPOS, Patrícia Carvalho; DORNELAS, Myriam Angélica. Empreendedorismo Feminino: Perfil e Caracterização dos Empreendimentos. **Revista em Gestão, Inovação e Sustentabilidade**, [S. l.], v. 4, n. 1, 2018. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/regist/article/view/21169> . Acesso em: 5 abr. 2024.

SANTOS, M. V. dos; CRISTINA DOS SANTOS, J. A configuração da agricultura familiar na feira do sindicato em Ituiutaba-MG. **Brazilian Geographical Journal**, Ituiutaba, v. 11, n. 1, p. 19–37, 2020. DOI: 10.14393/BGJ-v11n1-a2020-56741. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/braziliangeojournal/article/view/56741> . Acesso em: 31 ago. 2023.

SEBRAE, n. Infográfico- **Nº de donas de negócios chega ao redor de 10,3 milhões, 2023**. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/dados/infografico-n-de-donas-de-negocios-chega-ao-recorde-de-103-milhoes/>. Acesso em: 04 out. 2023.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, M. DE S., & DE OLIVEIRA, C. M. M. Empreendedorismo feminino no Brasil e as características comportamentais empreendedoras: uma breve revisão de literatura. **Revista Foco**, v. 16, n. 10, e3389, 2023. Disponível em:

<https://doi.org/10.54751/revistafoco.v16n10-125> .

STROBINO, Márcia Regina de Campos. **O empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família**: estudo de multicasos no setor da construção civil da cidade de Curitiba. Dissertação de Mestrado em Administração, Universidade Federal do Paraná, 2009. Disponível em:

<https://acervodigital.ufpr.br/xmlui/bitstream/handle/1884/18548/Dissertacao%20Marcia%20Strobino.pdf?sequence=1>

TEIXEIRA, R. M.; BOMFIM, L. C. S. Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 10, n. 1, p. 44–64, 2016.

VIEIRA, D. M.; VIEIRA, M. B. N.; ENES, Y. O. Empreendedorismo feminino: significados, motivações e desafios das mulheres que decidem empreender. **REMIPE - Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco**, [S. l.], v. 8, n. 2, p. 263–282, 2022. DOI: 10.21574/remipe.v8i2.377.

Disponível em: <http://remipe.fatecosasco.edu.br/index.php/remipe/article/view/377> . Acesso em: 9 jun. 2023.

WANDERLEY, Maria de Nazareth Baudel. Raízes históricas do campesinato brasileiro. **Agricultura familiar: realidades e perspectivas**, v. 3, p. 21-55, 1999.