



IV SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade

International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability

ISSN: 2317 - 8302

DA BANANA AO PÃO: UM ESTUDO SOBRE MULHERES FEIRANTES E EMPREENDEDORISMO

LARISSA ESTELA BEREHULKA BALAN LEAL

FACNOPAR

larissabbl@hotmail.com

NAYANE ALBUQUERQUE NASCIMENTO SILVA

FACNOPAR

nayanealbu@outlook.com

IVANA NOBRE BERTOLAZO

FACNOPAR

ivananb@hotmail.com



DA BANANA AO PÃO: UM ESTUDO SOBRE MULHERES FEIRANTES E EMPREENDEDORISMO

Resumo

O crescimento do empreendedorismo por mulheres é um fato constatado mundialmente. Entretanto, mulheres empreendem em diferentes cenários e segmentos a fim de gerar renda e serem inseridas no mercado. Assim, buscou-se evidenciar características específicas destes atos empreendedores em uma feira livre na cidade de Apucarana/Pr especificamente em relação a presença feminina no desenvolvimento de negócios. Como metodologia utilizou-se em um primeiro momento uma análise quantitativa de técnicas estatísticas simplificadas para o mapeamento realizado junto à feira, e num segundo momento uma abordagem qualitativa por meio de análise de conteúdo identificando as subjetividades do dia-a-dia empreendedor destas mulheres resultando em 3 categorias de análise: motivos para empreender, rotinas e cotidiano e geração de empregos x envolvimento da família. Os resultados apontaram perfis com faixa etária maior do que as apresentadas em estudos anteriores, baixa escolaridade, empreendendo principalmente em segmentos e produtos voltados a pequena agricultura familiar. Quanto as motivações para empreender são elas, a frustração com um emprego anterior, necessidade de renda bem como a visão de oportunidade. Membros das famílias estavam presentes no postos de trabalhos das bancas e existe uma busca conciliar as atividades domésticas e o bem estar da família junto às rotinas de trabalho.

Palavras-chaves: empreendedorismo, empreendedoras, feirantes.

Abstract

The growth of entrepreneurship by women is a fact confirmed worldwide. Thus women who enroll in different scenarios and segments in order to generate income and still be entered on the market. For this, the present study sought to highlight specific characteristics of these acts entrepreneurs in a free fair in the city of Apucarana/Pr. specifically regarding the presence of women in business development. As methodology we used mixed methods, being in a first time a quantitative analysis of statistical techniques simplified for the mapping done at the fair. And a second time a qualitative approach by means of content analysis in order to identify the subjectivities of day-to-day entrepreneur these women resulting in 3 categories of analysis: reasons to undertake, routines and daily life and finally generating jobs x family's involvement. The results pointed out profiles with age greater than those presented in other studies, low levels of schooling, taking especially into segments and products geared to small family farming. As the motivation to undertake was pointed out the factor of frustration with a previous job, need for income as well as the vision of opportunity. Members of the family are present in jobs of bunkers and there is a always seeks to reconcile the domestic activities and family welfare with work routines.

Keywords: entrepreneurship, female entrepreneurs, marketer



1 Introdução

Com o crescimento do empreendedorismo por mulheres, nota-se um movimento de evolução e liderança feminina no cenário empresarial. Estudos demonstram que este fenômeno ocorre tanto no contexto formal de criação de empresas, quanto no contexto do trabalho informal (GOMES, 2014). Essa necessidade das mulheres de empreender e conquistar o seu espaço está ligada a necessidade de conciliar tempo, carreira e família, onde o mais desejável é manter um equilíbrio (JONATHAN, 2005).

Porém diante de cenários econômicos instáveis essa inserção empreendedora da mulher muitas vezes tem ocorrido de no mercado informal, que para Ferreira et al (2009) é uma atividade alternativa de trabalho em que várias pessoas podem participar, com descrições de perfil variados. Nesse contexto surge uma gama de segmentos informais onde há a inserção da mulher, como por exemplo as feiras livres, mais precisamente na função de feirantes.

Nas feiras livres é possível identificar a presença feminina no desenvolvimento de negócios. Por ser um local onde pode se iniciar uma nova atividade na qual não se requer a necessidade de capacitação ou experiência para a mesma devido a uma escassez de regras e orientação gerencial, cria-se um ambiente favorável ao empreendedorismo informal. Outro fator que impulsiona este tipo de iniciativa é o fato de mulheres terem maior disponibilidade de horários e um local onde é possível conciliar a presença de crianças, assim favorecendo a conciliação entre vida profissional e familiar (GODOY, 2005; GOMES et al, 2013).

Contudo, estudos como os de Neves (2013), aponta que desenvolvimento do empreendedorismo neste contexto das feiras livres, podem causar efeitos desfavoráveis na condução dos negócios e na manutenção da vida pessoal da empreendedora. Porém, outros estudos apontam que em determinadas regiões a feira livre caracteriza-se para algumas mulheres como a única alternativa para geração de emprego e renda (GOMES, 2014).

Para tanto, o presente trabalho tem por finalidade compreender as motivações empreendedoras das mulheres feirantes na cidade de Apucarana, traçando um perfil dessas mulheres afim de identificar fatores subjetivos que se incorporam no ato de empreender e também os impactos desta atividade para o empreendedorismo local. Como metodologia utilizou-se métodos mistos, sendo em um primeiro momento uma análise quantitativa de técnicas estatísticas simplificadas para o mapeamento realizado junto a feira. E num segundo momento uma abordagem qualitativa por meio de análise de conteúdo buscando identificar as subjetividades do dia-a-dia empreendedor destas mulheres resultando em 3 categorias de análise: motivos para empreender, rotinas e cotidiano e por fim geração de empregos x envolvimento da família.

Os resultados apontaram que a um terço (33,33%) dos feirantes do estudo são mulheres, com concentração de idade em uma faixa etária maior do que as apresentadas em estudos como os de Natividade (2009), baixa escolaridade, empreendendo principalmente em segmentos e produtos voltados a pequena agricultura familiar. Quanto as motivações para empreender foi apontado o fator de frustração com um emprego anterior, necessidade de renda bem como a visão de oportunidade. Membros das famílias estão presentes no postos de trabalhos das bancas e existe uma busca sempre em conciliar as atividades domésticas e o bem estar da família junto as rotinas de trabalho.



2 Empreendedorismo x Empreendedoras

O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como Sebrae (Serviços Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas. De acordo com algumas pesquisas realizadas em fontes de dados atuais em alguns sites, pode-se observar que as mulheres têm crescido consideravelmente como empreendedoras, com o apoio dessas entidades (DORNELAS, 2001).

De acordo com o Sebrae (2014) os resultados apontados pela pesquisa GEM (Global Entrepreneurship Monitor) realizada no mesmo ano, apontou que o empreendedorismo no Brasil vem crescendo desde de 2011. Diante da pesquisa realizada é notável que no ano de 2014, a proporção de empreendedores por oportunidade em relação à TEA, no Brasil foi de 70,6%. Ou seja, do total de empreendedores brasileiros em 2014, 70,6% foram por oportunidade, sendo praticamente igual à do ano passado (2013) que foi de 71%. A pesquisa também revela que homens e mulheres são igualmente ativos em termos de atividade empreendedora inicial, sendo que 49% são homens e 51% são mulheres.

As mulheres empreendedoras têm crescido dentro do mercado e ajudado na questão da economia, expandindo assim suas perspectivas para empreender e gerenciar empresas (NATIVIDADE, 2009). Sendo assim, Machado (1999) apud Balan Leal (2011, p.3) caracteriza as mulheres empreendedoras como “persistentes, ativas, inovadoras, com alto desejo de realização e independência, são adaptáveis as mudanças e acreditam que o seu sucesso seja resultado de suas ações”.

Com relação a constituição dos empreendimentos Machado (2009) revela, que negócios conduzidos por mulheres são propícios a serem pequenos devido ao estilo de vida que possuem em relação à integração trabalho, família e comunidade e existem barreiras estruturais, culturais e sociais que consequentemente atrapalham o desenvolvimento da empresa. Mesmo com uma dupla jornada, a mulher empreendedora é dedicada nas suas ações, mesmo não sendo fácil, conquista o seu respeito próprio, altos índices de satisfação e o seu bem-estar psicológico. Demonstrando o seu talento em organizar, tomar decisões e ser líderes. Tudo isso as torna independentes por realizar as suas metas e objetivos. Já quanto a disponibilidade de tempo, Cramer et al. (2001) apud Winkler e Medeiros (2011) afirmam que a partir do momento em que as mulheres vão crescendo e criando os seus negócios o seu tempo acaba ficando escasso, o que resulta em falta de tempo para si mesma e delimitando a dificuldade de conciliar trabalho e família. O fenômeno fica ainda mais principalmente quando os filhos são pequenos, trazendo negatividade nas relações familiares e baixa motivação quanto à abertura de novos negócios.

Já Gomes (2014) ainda salienta a dificuldade que algumas mulheres têm de inserir-se no mercado de trabalho, muitas vezes pela falta de escolaridade, indisponibilidade de tempo e idade avançada as mesmas acabam optando por empreender. Neste contexto surgem iniciativas empreendedoras dentro de cenários informais para a constituição das empresas. Diante deste fenômeno, estudos tem sido desenvolvidos buscando compreender quais são os motivos e fatores de impacto que levam mulheres a empreender em cenário informais. Um desses cenários foi abordado no estudo de Carvalho e Aguiar (2012) onde observou-se que em diversas regiões do país verificou-se o ato empreendedor por mulheres vinculado as feiras livres. Sendo assim, apresenta-se na sequência considerações de forma mais específica sobre o fenômeno.



3 As Mulheres feirantes, as feiras e o ato de empreender

De acordo com Jonathan (2003) o empreendedorismo por mulheres está relacionado com a reestruturação da organização do trabalho decorrente de grandes transformações nos processos produtivos e na economia como um todo. O trabalho feminino tem aumentado significativamente, causando alterações no tamanho e na composição do mercado de trabalho e para muitas mulheres, possuir e conduzir uma empresa representa a possibilidade de se incluir ou se manter neste mercado.

Para Gomes (2014), a mulher que trabalha fora tem uma grande dificuldade de conciliar trabalho e família, e essa dificuldade não costuma se apresentar para o universo masculino na mesma frequência. Mas é por meio do empreendedorismo que elas conseguem ganhar maior autonomia e poder de decisão, onde transformam as barreiras e insatisfações em oportunidades e idéias criativas, para cativar os seus fornecedores e clientes e dessa forma transformar o contexto em satisfação (BALAN LEAL, 2012).

Nesse sentido, o estudo desenvolvido por Gomes *et al.* (2013) junto ao universo de mulheres feirantes da Bahia, demonstrou importantes resultados que apontam essas configurações de geração de trabalho e renda a partir da atividade empreendedora informal. Constatando a existência de baixo nível de escolaridade e idades avançadas para determinadas mulheres que estão em busca de um emprego, para aumentar a sua renda, a feira livre demonstrou ser um lugar onde as mulheres podem ingressar no mercado de trabalho, devido não existir demasiada rigidez de regras e requerimentos adequados para segmentos empresariais. Esse espaço proporciona um novo modelo de vida, em que mulheres feirantes tem a oportunidade de ter uma renda e tempo para sua família, mostrando ainda que são capazes de administrar um pequeno empreendimento, com a sensação e liberdade, auto-realização e auto estima elevada por ter o seu sustento adquirido pela sua força de trabalho (GOMES, 2014).

No que tange este universo das feiras livres, Sá (2010) apud Gomes *et al.* (2013), diz ainda hoje é uma atividade econômica e social relevante para a vida de muitos brasileiros, principalmente no Nordeste do Brasil, onde parte significativa da população possui ainda o hábito de fazer compras semanais nestes locais. No entanto, para Coutinho *et al.* (2006), apesar de resistir às inovações contemporâneas, as feiras não têm acompanhado a evolução dos mercados e dos serviços prestados ao consumidor na comercialização de alimentos. Ainda segundo estes autores, geralmente, é possível observar, nas feiras, problemas como: falta de higiene, má estrutura das barracas, comercialização de produtos não permitidos, falta de segurança e desorganização. Porém, do ponto de vista cultural, a feira livre é uma importante instituição que resguarda tradições, indiferente, inclusive, ao processo de modernização.

Para Aquino (2010), trabalhar na feira para elas tem um significado especial, ao fazê-las pessoalmente se sentirem úteis e produtivas. É um local onde podem conhecer outras pessoas e sair do espaço doméstico, traçam seus objetivos, se sentem bem, por estar ajudando nas despesas de casa e a conquistando a sua independência, buscando um futuro melhor com autonomia e esforço. Dessa forma, as feiras representam uma alternativa profissional e um meio de prover as necessidades dos que ali trabalham.

Porém Souza e Tolfo (2009) fazem uma ressalva mencionando que a feira é também um espaço de construção de significados, havendo contradições de sentimentos, que, por um lado, o trabalho é difícil, penoso, árduo, e por outro é um trabalho que proporciona prazer, satisfação, sentimento de realização e bem-estar.



No que tange aspectos de flexibilidade do tempo, estudos apontaram que as mulheres feirantes conciliam as atividades nas feiras, que é um espaço público, onde a presença de crianças é tolerável, para cuidar dos seus filhos quando não estão na escola ou em casa. Há quantidade muito grande de crianças que quando não estão ajudando o seus pais, estão acompanhando o dia a dia do trabalho dos feirantes ali presentes (GOMES, 2014).

Já em termos de estudos que buscam compreender este fenômeno das mulheres e as feiras no intuito de verificar como ocorrem as configurações empreendedoras no contexto informal, estudos tem sido desenvolvidos nas feiras livres de vários lugares pode se perceber que a maioria dos integrantes que compõe as feiras é do sexo feminino. Fatores como a falta de oportunidade no mercado de trabalho formal foram apontadas como motivos para empreender em estudo na desenvolvido na Bahia (CARVALHO e AGUIAR, 2012).

Em Minas Gerais, não foi diferente, Cruz et al. (2012) apontou que a maioria dos integrantes tem mais de 50 anos de idade, sendo do sexo feminino, e tem muito tempo de trabalho. Relatos de pesquisas de Rocha et al (2010), demonstra que na feira de Passo Fundo, no Rio Grande do Sul, a maioria dos feirantes são homens, mas que a sua composição é formada mais por famílias, o que leva a pouca procura para esse cargo. Já em Vitória da Conquista, Bahia, a maioria das feirantes tem idade entre 40 a 60 anos, com baixa escolaridade onde não concluíram nem o ensino fundamental (ROCHA ET AL., 2010).

Ainda, Lima e Pinto (2008) desenvolveram estudo em Tangará da Serra, em Mato Grosso, constatando que a maior parte dos feirantes são mulheres, com uma faixa etária entre 31 a 60 anos, que vários deles não freqüentaram a escola, nem chegam a concluir o ensino médio, e que estão fazendo este tipo de trabalho como uma escolha de vida. Já a pesquisa de Bouralhi et al (2010) em Ceilândia, pode se observar que um dos maiores motivos para estar trabalhando em uma feira seria abrir o seu próprio negócio, por insatisfação do emprego anterior, encontraram uma oportunidade de negócios por estar desempregado; alguns trazem isso de geração, de pais para filhos, necessidade de manter a renda família (MORAES, 2014).

De forma mais específica com relação ao cenário de realização deste estudo, verificou-se a escassez de dados acadêmicos sobre as feiras livres existentes no Paraná. Na cidade de Francisco Beltrão, Rengel et al. (2009) apontou que quase 40% é formado por mulheres, pois a maioria dos serviços tem a necessidade de uma mulher para estar direcionando, como na montagem de cestas variadas, cultivo e outros.

No que diz respeito especificamente a cidade de Apucarana, onde o estudo foi realizado, devido a relevância geográfica da cidade, sendo uma região metropolitana do Vale do Ivaí, não foi identificado registros efetivos por parte da Prefeitura Municipal que atua como gestora da feira local, o que impossibilitou em um primeiro momento a coleta de dados secundários para a pesquisa. Apenas foi localizado no jornal local matérias que descrevem a feira como um local onde são produzidos desde pães até o artesanato, que são produzidos por mulheres e vendidos no intuito de aumentar a renda (JORNAL TRIBUNA DO NORTE, 2015).

4 Metodologia

Quanto aos procedimentos metodológicos, este trabalho tem natureza qualitativa e quantitativa, configurando assim a utilização de métodos mistos. Para Neves (1996) apud Dias e Seiva (2014), a pesquisa qualitativa envolve um conjunto de idéias onde poderá ser explicado e decifrado todas formas que um sistema que possui vários significados. Já para



Alencar (1999) apud Gomes (2014) diz que as pesquisas qualitativas permitem observar todo o contexto, a forma de vida das pessoas, mostra tudo que está escondido, acaba sendo descoberto com o pouco tempo de convivência, além de ter mais detalhes e aprofundada daquilo que se quer saber. Já em termos quantitativos estudos ressaltam que este tipo de pesquisa visa quantificar opiniões, dados, nas formas de coleta de informações. Marconi e Lakatos (2010) seguem complementando que no método quantitativo, os pesquisadores valem-se de amostras amplas e de informações numéricas.

No que tange, o universo e população da pesquisa, a mesma foi desenvolvida na Feira do Produtor da cidade de Apucarana, que é realizada todas as quartas e sábados. Quanto aos sujeitos e amostra da pesquisa, as entrevistas foram desenvolvidas junto as mulheres feirantes que integram a comunidade empresarial estabelecida neste local. Torna-se importante salientar que para o mapeamento utilizou-se a amostra de mulheres como um todo, já para a parte qualitativa aplicou-se um critério de realizar as entrevistas com três feirantes sendo a mais velha de empreendimento, uma com idade intermediária de negócio e a terceira como a mais jovem ingressante, afim de verificar se o fenômeno se caracterizava da mesma forma em espaços diferentes de tempo.

Quanto ao instrumento de coleta de dados, optou-se pelo uso de levantametno por meio de questionários de perguntas fechadas e entrevistas com roteiro semi-estruturado.

5 Análise dos resultados

5.1 Mapeamento da feira

Ao buscar dados sobre a formação da feira, histórico e atividades dos empreendedores, deparou-se com uma dificuldade de pesquisa para estes dados primários, visto que na prefeitura municipal não havia registro em nenhuma secretaria sobre as atividades desenvolvidas neste projeto. Nesse sentido, buscou-se realizar um mapeamento mínimo que pudesse retratar a organização estrutural da feira, bem como os perfis dos empreendedores.

Dentro de uma perspectiva quantitativa, foram identificadas 57 bancas de negócios em funcionamento na feira, gerando postos de trabalho para os empreendedores e suas famílias. Destas bancas, 19 são gerenciadas por mulheres, representando 33,33% dos empreendimentos constituídos na feira. Reafirmando o estudo realizado por Jonathan (2003) o empreendedorismo por mulheres está relacionado com a reestruturação da organização do trabalho, sendo que o trabalho feminino tem aumentado significativamente, causando alterações no tamanho e na composição do mercado. A ressalva de Gomes et al. (2004) sobre o que antes era dividido como tarefas femininas ou masculinas, atualmente se configura nas feiras, demonstrando que as mulheres ocupam espaços que eram considerados para homens, tornando-as assim igualitárias no gerenciamento do empreendimento. Porém na amostra pesquisada ainda se encontrou um percentual mais significativo de homens do que mulheres se comparados a estudos desenvolvidos anteriormente realizados (CRUZ ET AL, 2012; CARVALHO; AGUIAR, 2012; LIMA; PINTO, 2008).

Sendo assim apresenta-se na sequência a sistematização destes dados em forma de quadro, da pesquisa realizada em 05 de setembro de 2015, afim de demonstrar o panorama de composição de negócios e perfil destas empreendedoras contendo idade, escolaridade, tempo de empreendimento e segmento.



Tabela 1 – Mapeamento da Feira

Banca	Idade	Escolaridade	Segmento de comercialização	Tempo de Empreendimento
1	58	4 ano	Verduras	15 anos
2	63	6 ano	Verduras	30 anos
3	62	4 ano	Verduras	25 anos
4	49	6 ano	Verduras	18 anos
5	65	1 ano	Verduras	14 anos
6	37	2 grau completo	Verduras e Carnes	20 anos
7	59	4 ano	Verduras e doces	38 anos
8	56	3 serie completo	Verduras	16 anos
9	48	2 grau completo	Paes e doces	22 anos
10	44	8 ano	Verduras	6 anos
11	46	8 ano	Verduras e Peixes	5 anos
12	64	Ensino Fundamental Completo	Paes e Doces	22 anos
13	57	Ensino Médio Completo	Verduras	20 anos
14	55	4 ano	Verduras e Frutas	20 anos
15	44	Ensino Médio Completo	Doces e Bolos	16 anos
16	52	5 ano	Paes	7 anos
17	57	5 ano	Verduras e frutas	5 anos
18	41	4 ano	Paes e Doces	5 anos
19	55	2 grau Completo	Doces	19 anos

Fonte: Desenvolvido pelos autores

5.1.1 Faixa de idade

No Brasil, com relação as questões demográficas, Natividade (2009) salienta que a faixa de idade que se encontra maior concentração de empreendedoras está entre 25 e 34 anos, coincidindo com o período em que as mulheres no Brasil constituem família. Porém foi possível constatar que no caso das feirantes as faixas de idade encontram-se acima, havendo maior concentração após os 55 anos.

**Tabela 2 – Faixas de Idade**

Faixas de Idade	N	%
De 25 a 34 anos	0	0,00
De 35 a 44 anos	4	21,05
De 45 a 54 anos	4	21,05
Acima de 55 anos	11	57,89

Fonte: Desenvolvido pelos autores

Com o avanço das tecnologias e o baixo nível de escolaridade e idades avançadas para determinadas mulheres que estão em busca de um emprego, para aumentar a sua renda, a feira livre demonstrou ser um lugar onde as mesmas podem ingressar no mercado de trabalho, pois não há rigidez de regras e requerimentos adequados para segmentos empresariais. Esse espaço proporciona um novo modelo de vida, onde mulheres feirantes tem a oportunidade de ter uma renda, e tempo para sua família. Mostrando que são capazes de administrar um pequeno empreendimento, com a sensação e liberdade, autorrealização e um auto estima elevado por ter o seu sustento adquirido pela sua força de trabalho (GOMES, 2014).

5.1.2 Tempo de empreendimento

Nesta categoria buscou-se evidenciar o tempo de empreendimento de cada feirante, demonstrando assim a taxa de sobrevivência destes pequenos negócios e evidenciando uma melhoria do índice demonstrando em pesquisa realizada pelo SEBRAE (2012) onde a média de vida desses pequenos negócios é de apenas dois anos.

Tabela 3 – Período de Tempo

Período de tempo	N	%
De 5 até 10 anos	5	26,32
De 11 a 20 anos	9	47,37
Acima de 20 anos	5	26,32

Fonte: Desenvolvido pelos autores

5.1.3 Tipos de Segmentos

Quanto ao segmento, notou-se que os produtos comercializados estão tipicamente voltados a agricultura familiar e prendas domésticas. Machado (2009) ressalta em seu estudo que negócios conduzidos por mulheres são pequenos devido ao estilo de vida que possuem em relação à integração trabalho, família e comunidade.

**Tabela 4 – Segmentos de Negócios**

Segmentos de Negócios	N	%
Doces, pães e bolos	6	31,58
Somente Verduras	8	42,11
Verduras, carnes e frutas	5	26,32

Fonte: Desenvolvido pelos autores

5.1.4 Escolaridade

No estudo de Winkler e Medeiros (2011) os baixos níveis de formação e escolaridade foram mencionados com uma barreira no ato de empreender da mulher. Porém Gomes *et al* (2013) menciona que as feiras livres são para as mulheres, locais onde não se exige capacitação ou experiência no desenvolvimento das suas atividades.

Já no que tange a educação empresarial, Lerner, Brush e Hisrich (1997) afirmam que em economias de transição, a falta de formação de competências empresariais básicas são ainda os maiores obstáculos para as mulheres empresárias. Foi identificado baixos índices de escolaridade entre as feirantes pesquisadas, sendo que a maioria possui apenas ensino fundamental completo o que poderia ocasionar, de acordo com estudos realizados, a problemas com o gerenciamento dos negócios.

Tabela 5 - Escolaridade

Escolaridade	N	%
Ensino Fundamental Incompleto	2	10,53
Ensino Fundamental Completo	8	42,11
Ensino Médio Incompleto	4	21,05
Ensino Médio Completo	5	26,32

Fonte: Desenvolvido pelos autores

Ming Yhen e Chong (2007) ressaltam que na Malásia a educação empreendedora tem sido incentivada pelo governo como forma de diminuir as barreiras do empreendedorismo por mulheres. Nesse sentido, iniciativas que pudessem auxiliar as mulheres feirantes com a melhoria de escolaridade e capacitação gerencial poderiam trazer ainda mais contribuições ao desenvolvimento e manutenção de seus negócios.

De modo geral, o mapeamento se demonstrou similar ao estudo desenvolvido por Lima e Pinto (2008) na cidade de Tangará da Serra no estado do Mato Grosso. Onde dos 173 associados, existe uma concentração de mulheres, com uma faixa etária entre 31 a 60 anos, que vários deles não frequentaram a escola, nem chegam a concluir o ensino médio, e que estão fazendo este tipo de trabalho como uma escolha de vida.

5.2 Subjetividades da Feira

Em uma perspectiva qualitativa buscou-se demonstrar nas categorias abaixo as falas de três empreendedoras quanto ao ato de empreender, rotinas e cotidiano e ainda a geração de emprego e renda bem como o envolvimento da família nos negócios. As mesmas foram



selecionadas por um critério de tempo, sendo a mais a com maior tempo de empreendimento, uma segunda com tempo intermediário nos negócios e por fim uma terceira que possui o empreendimento mais jovem da feira.

5.2.1 Motivos para empreender

Nesta categoria, buscou-se demonstrar os motivos que levam as mulheres a empreender, e ressaltar que mesmo se tratando de faixa etárias diferentes revelou motivações relacionadas a influência dos negócios de família, a necessidade de renda, frustração com um emprego anterior e a necessidade de desenvolver seu potencial (MACHADO, 2009; NATIVIDADE, 2009).

Porque o meu marido já desde de quando ele nasceu no sítio, desde de sempre ele mexeu com a lavoura né. Então eu casei com ele, daí seguiu esse caminho. Eu trabalha na indústria têxtil....Daí nós fomos pra Passo Fundo né, porque daí nos começou a trabalhar de projetista né, em fábrica de laje né, daí era projetista, daí lá não deu certo né, daí nos voltô pro sítio... (Feirante 001)

Ah, eu acho assim a precisão da gente, a gente mora no sítio e a gente trabalha com a feirinha do produtor e incentivaram a nós vir aqui na feirinha e tamo aqui a quinze anos já... Começou de domingo a gente fazia a feira do produtor só que na rua, aos domingo sabe, na Talita Bresolim, e depois ficamo lá acho que vinte anos lá, e depois viemos pra cá e aconselharam a nos vir aqui pro terminal e viemo pra cá, nos achou muito bom aqui. E sempre trabalhei com horta, hortaliça, sempre foi. (Feirante 002)

E, porque a gente começou a fazer os pão e vendia na rua né, e daí teve a oportunidade e a gente entrou aqui na feira pra ajudar, assim....a ter mais recurso pra gente no sítio. Antes eu ajudava o meu marido na roça, aí depois começou que a gente começou a vender pão, fazer, vender na rua, e... primeira vez que a gente fez, fez quatro pão, a gente levou, vendeu na rua, aí foi aumentando, aonde que, hoje a gente está com uma freguesia bem grande, graças a Deus. (Feirante 003)

5.2.2 Rotina e cotidiano das feirantes

Com a dupla jornada de vida profissional, familiar e doméstica, a mulher precisa otimizar tempo e espaço, sendo assim ela procura exercer atividades cada vez mais intensas e produtivas, para que possa unir a flexibilidade do tempo e do espaço, e também romper com o preconceito relacionado a um ser frágil, que é existente até hoje (NEVES, 2013).

Não, eu não moro no sitio, só trabalho lá né, então eu vou duas vezes na semana ajudar ele, só duas vezes na semana. (Feirante 001)



Vou pra casa, chego em casa almoço, limpo casa e trabalho pra horta ainda, ainda vou pra horta...Ai nós fazemos a ferinha de produtor aqui de sábado e de quarta. (Feirante 002)

A hoje na verdade, meu dia a dia é..., eu cuido da casa e quem mexe são a minha família, meu esposo e meus dois filho, eu faço o serviço da casa. (Feirante 003)

Gomes (2014) aponta que o espaço constituído pelos empreendimentos na feira proporciona um novo modelo de vida, aonde mulheres tem a oportunidade de ter uma renda e tempo para sua família.

Porém Cramer (et al, 2001) apud Winkler e Medeiros (2011) comentam que a partir do momento em que as mulheres vão crescendo e criando os seus negócios, o seu tempo acaba ficando escasso, com relação à falta de tempo para si mesma, ficando evidente o conflito entre o trabalho e os papéis familiares, principalmente quando os filhos são pequenos.

5.2.3 Geração de empregos x envolvimento da família

De acordo com o trabalho de Jonathan (2005) no ambiente das micro e pequenas empresas brasileiras, é muito relevante a presença das empresas criadas e lideradas por mulheres, que, dessa maneira, não só constroem para si uma alternativa de inclusão ou permanência no mercado de trabalho, mas também geram empregos e promovem inovação e riqueza, contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico do país. Nesse sentido, esta categoria realizou uma tentativa de demonstrar como os empreendimentos criados nas feiras exerciam impacto na geração de emprego e renda e ainda se havia a participação de pessoas da família nos postos de trabalho existentes nestes pequenos negócios. Conforme constatou-se há uma concentração de pequenos negócios familiares, onde os postos de trabalho gerados são ocupados por membros da família e a gerência é exercida pelas mulheres de acordo com as falas apresentadas abaixo:

Não, aqui na feria e só para a família mesmo. Os filhos são tudo casado né, cada um tem um serviço né ... então e só eu ele (esposo). (Feirante 001)

Não, aqui e só quem vende aqui e só o produtor. Aqui trabalha eu e minha sogra, e o meu marido deixa a gente aqui e ele vai entregar no mercado, porque a gente entrega no mercado, e a gente vem aqui e fica vendendo aqui. (Feirante 002)

Na barraca não, aqui e só a família mesmo, só a família. (Feirante 003)

6 Considerações Finais

Como resultados deste estudo foi possível constatar resultados similares aos estudos realizados por Carvalho e Aguiar (2012), Rocha et al. (2010) e ainda Gomes (2014) que apontaram perfis comuns das mulheres feirantes. Quanto as motivações para empreender, identificou-se a frustração com empregos anteriores, a busca por gerar renda para si e para a família e ainda a visão de oportunidades.



Em termos de impacto local da atividade empreendedora, notou-se que as feiras configuram um ambiente propício ao empreendedorismo, porém com características informais devido as configurações com que estes tipos de empreendimentos se constituem e ainda a falta de apoio e suporte de autoridades locais para estimular por meio de políticas municipais a capacitação das empreendedoras para uma posterior formalização dos empreendimentos.

Por outro lado, também foi possível destacar a importância destes pequenos negócios para a geração de renda das famílias, visto que mais membros ocupam funções nas barracas.

Por fim, recomenda-se para estudos futuros a aplicação da pesquisa em outras localidades afim de gerar possibilidades de análise e comparações e assim contribuir com as localidades na geração de estruturas de governanças ou políticas públicas que possam amparar este perfil de empreendedoras e ainda estimular a criação de novos negócios para a geração de emprego e renda.



REFERÊNCIAS

- AQUINO, S. F. **Mulher, trabalho informal e vida cotidiana na feira modelo de Compensa**. Dissertação de Mestrado. Disponível em:
http://ppgsocio.ufam.edu.br/attachments/032_Soraya%20Farias%20Aquino.pdf
- BOURALHI et al (2010) http://www.convibra.org/upload/paper/adm/adm_1633.pdf
acessado em 18/06/2015
- CARVALHO, J.J; AGUIAR, M.G.A. 2012. **Características sociodemográficas e do trabalho de feirantes em Feira de Santana – BA**. In: XVI Seminário de Iniciação Científica da UEFS, Feira de Santana, p.21-22.
- COUTINHO, E. P.; NEVES, H. C. N.; NEVES, H. C. N.; SILVA, E. M. G. **Feiras livres do brejo paraibano: Crise e Perspectivas**. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 44, 2006, Fortaleza. Anais... Fortaleza: SOBER, 2006.
- CRAMER, L.et al **Representações femininas da ação empreendedora: uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios**. In Anais do II EGEPE, Londrina/PR, p.46-59, 2001.
- CRUZ SF; ALVES AS; SOUZA CS; LEMOS WD; MARTINS ER; COSTA CA. **Diagnóstico da realidade de uma feira livre em Brasília de Minas. Horticultura Brasileira** 30: S807-S813.
- DIAS, Graziela Martins Pedro, SEIVA, Danielle Cristina. 2014. **A CARREIRA DA MULHER EMPREENDEDORA: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO SOBRE PERFIL, MOTIVAÇÕES E PROCESSO DECISÓRIO**.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- GOMES, F. A. **Mulheres Empreendedoras. Vitória da Conquista**: Edições Uesb, 2006.
- GOMES, SILVA, SANTOS, SANTANA, S. **Perfil Socioeconômico de Mulheres Feirantes : um estudo no interior baiano**. IV Encontro de Administração Política, p. 1–16, 2013.
- 2014. **Relações de Gênero no Mundo do Trabalho: um estudo com mulheres feirantes no interior da Bahia**. XXXVIII E ncontro da ANPAD .
- GODOY, W. I. **As feiras-livres de Pelotas- RS. Estudo sobre a dimensão sócio-econômica de um sistema local de comercialização**. 2005. 313 p. Tese (Doutorado em Produção Vegetal) – Faculdade de Agronomia Eliseu Maciel da Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2005.



JONATHAN, Eva G. 2003. **Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências.** Em 3º EGEPE-Encontro de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, Anais do Encontro. Brasília: UEM/UEL/UnB, 4153.

----- 2005. **Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida**
Psicologia em Estudo, vol. 10, núm. 3, diciembre, 2005, pp. 373-38.

JORNAL TRIBUNA DO NORTE ONLINE, 2015.

<http://tnonline.com.br/videos/0,,232426/feira-do-produtor-de-apucarana-tem-recorde-de-publico-neste-sabado>. Acessado em 24/06/2015.

LEAL, Larissa B. Balan, 2011. **PERCEPÇÕES DE MULHERES EMPREENDEDORAS QUANTO AO ACESSO AO CRÉDITO EM INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS NA CIDADE DE APUCARANA.** Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas.

----- 2012, **Efeitos da Participação de empreendedoras em associações de mulheres de negócios no estado do Paraná.**

LERNER, Miri; BRUSH, Candida; HISRICH, Robert. Israeli Women Entrepreneurs: an examination of factors affecting performance. **Journal of Business Venturing**, v.12, 315-339, 1997.

LIMA E PINTO, 2008. **BANCA DE OPORTUNIDADES – UM ESPAÇO PARA O DESENVOLVIMENTO GERENCIAL DOS FEIRANTES.**

MACHADO, Ela V. **Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora.** In: Encontro Nacional de Pós-graduação em Administração ENANPAD, Foz do Iguaçu, 1999.

MACHADO, Hilka V. **Identidades de Mulheres Empreendedoras.** Eduem. Maringá 2009.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MING-YEN; Teoh Wendy, CHONG; Siong-Choy. Theorising a framework of factors influencing performance of women entrepreneurs in Malaysia. **Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability**, v. III, Issue 2, p. 1-17, September, 2007.

MORAIS, Francilene Araujo de, 2014. **OS ABER PROFISSIONAL DO FEIRANTE.** XVII SEMEAD Seminários em Administração. Outubro de 2014. ISSN2177-3866.

NATIVIDADE; Daise Rosas da. **Empreendedorismo feminino no Brasil: Políticas Públicas Sob Análise.** Revista de Administração Pública, v.43, n. 1, Jan./fev..2009.



NEVES, M. A. **Anotações sobre trabalho e gênero**. Cadernos de Pesquisa, São Paulo, 2013, v.43, n.149, p.404-421.

RENGEL, Suzen Kelly. 2009. **Perfil do consumidor das feiras livres de Francisco Beltrão-PR**

ROCHA, H.C. et al. 2010. **Perfil socioeconômico dos feirantes e consumidores da Feira do Produtor de Passo Fundo – RS**. Ciência Rural.40(12): 2593-2597.

SÁ, M. G. Feirantes: **Quem São? Como Administram seus Negócios?**. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 34, 2010, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2010.

SEBRAE. Caderno GEM BRASIL. Livro GEM – Global Entrepreneurship Monitor – Empreendedorismo no Brasil 2014. Disponível em <<http://www.gembrasil.org.br>>. Acesso em: 03 de setembro 2015

SEBRAE, internet site: <http://www.sebrae.com.br/> acesso em: setembro/2015

SOUZA, R. M. B; TOLFO, S. da R. **Significados atribuídos ao trabalho em condições precárias: Um estudo com feirantes do Largo da Ordem de Curitiba-PR**. In: Encontro Nacional da Associação Brasileira de Psicologia Social, XV, 2009, Maceió. Anais eletrônicos. ABRAPSO, 2009. Disponível em:.

WINKLER, Carolina A. Gómez. MEDEIROS, Juliana. 2011. **Mulheres empreendedoras: uma questão de gênero?**