

DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO NO INTERIOR DO MARANHÃO COM FEIRANTES DE PRODUTOS HORTÍCOLAS

CHALLENGES OF WOMEN'S ENTREPRENEURSHIP: A STUDY IN THE INTERIOR OF MARANHÃO WITH MARKET VENDORS OF HORTICULTURAL PRODUCTS

DESAFÍOS DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO: UN ESTUDIO EN EL INTERIOR DE MARANHÃO CON VENDEDORAS DE PRODUCTOS HORTÍCOLAS EN MERCADOS



10.56238/revgeov17n4-036

Juliane Machado da Silva

Graduada em Administração

Instituição: Universidade Estadual do Maranhão

E-mail: julianesilva1524@gmail.com

Naiane Nascimento Mendes

Doutora em Ciências Contábeis e Administração

Instituição: Universidade Estadual do Maranhão

E-mail: naianemendesac@gmail.com

Andresson Fernandes Araujo dos Santos

Mestre em Ciências Contábeis

Instituição: Universidade de Pernambuco

E-mail: andresson.fernandes@upe.br

Carlos Magno Araújo Castelo Branco

Mestre em Ciências Contábeis

Instituição: Universidade Estadual do Maranhão

E-mail: carlosbranco@professor.uema.br

Inácio Ferreira Façanha Neto

Mestre em Administração e Controladoria

Instituição: Universidade Estadual do Maranhão

E-mail: inaciofacanha@professor.uema.br

Keyla Cristina Nunes de Oliveira

Mestranda em Ciências Contábeis e Administração

Instituição: Fucape Business

E-mail: keylacriscina0802@gmail.com



Luis Antonio Mendes de Mesquita Araujo
Doutor em Engenharia de Produção
Instituição: Universidade Estadual do Maranhão
E-mail: lamma82@gmail.com

RESUMO

O presente trabalho versa sobre a temática do Empreendedorismo feminino tendo como questão norteadora: Quais as conquistas e desafios encontrados pelas feirantes de produtos hortícolas em Codó - MA?. Nesse contexto, para responder à questão norteadora, elaborou -se como objetivo geral: identificar as conquistas e desafios enfrentados pelas feirantes de produtos hortícolas em Codó- MA. Tendo como objetivos específicos: mapear o perfil das feirantes de produtos hortícolas em Codó- MA; analisar o cenário do empreendedorismo feminino e identificar as dificuldades que levaram as feirantes a empreender. Desta forma, o presente trabalho abordou uma pesquisa descritiva e exploratória com abordagem quali-quantitativo sendo aplicado um questionário semiestruturado com perguntas abertas e fechadas. Os resultados indicam que a idade média das entrevistadas está entre 40 e 70 anos. Todas têm nível de escolaridade incompleta e 90% começaram no empreendedorismo por necessidade, o que indica ser o principal motivo que as levou a se tornarem feirantes hortícola no mercado. Além disso, cerca de 30% relataram ainda que o seu maior desafio consiste na falta de acesso de capital para investir nos seus empreendimentos.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino. Feirantes. Necessidade. Conquista.

ABSTRACT

This study addresses the theme of female entrepreneurship, guided by the question: What are the achievements and challenges faced by female vendors of horticultural products in Codó, Maranhão, Brazil? To answer this question, the general objective was to identify the achievements and challenges faced by female vendors of horticultural products in Codó, Maranhão. Specific objectives included: mapping the profile of female vendors of horticultural products in Codó, Maranhão; analyzing the landscape of female entrepreneurship; and identifying the difficulties that led these vendors to become entrepreneurs. This study employed a descriptive and exploratory research approach with a mixed-methods (qualitative and quantitative) methodology, using a semi-structured questionnaire with open and closed questions. The results indicate that the average age of the respondents is between 40 and 70 years. All have incomplete schooling, and 90% began their entrepreneurial journey out of necessity, indicating this as the main reason they became horticultural market vendors. Furthermore, approximately 30% reported that their biggest challenge is the lack of access to capital to invest in their businesses.

Keywords: Women's Entrepreneurship. Market Vendors. Need. Achievement.

RESUMEN

Este estudio aborda el tema del emprendimiento femenino, guiado por la pregunta: ¿Cuáles son los logros y desafíos que enfrentan las vendedoras de productos hortícolas en Codó, Maranhão, Brasil? Para responder a esta pregunta, el objetivo general fue identificar los logros y desafíos que enfrentan las vendedoras de productos hortícolas en Codó, Maranhão. Los objetivos específicos incluyeron: mapear el perfil de las vendedoras de productos hortícolas en Codó, Maranhão; analizar el panorama del emprendimiento femenino; e identificar las dificultades que las llevaron a convertirse en



empendedoras. Este estudio empleó un enfoque de investigación descriptivo y exploratorio con una metodología de métodos mixtos (cualitativos y cuantitativos), utilizando un cuestionario semiestructurado con preguntas abiertas y cerradas. Los resultados indican que la edad promedio de las encuestadas está entre 40 y 70 años. Todas tienen estudios incompletos, y el 90% inició su trayectoria emprendedora por necesidad, señalando esta como la razón principal por la que se convirtieron en vendedoras en el mercado hortícola. Además, aproximadamente el 30% indicó que su mayor desafío es la falta de acceso a capital para invertir en sus negocios.

Palabras clave: Emprendimiento Femenino. Vendedoras Ambulantes. Necesidad. Logro.



1 INTRODUÇÃO

No contexto atual, o empreendedorismo desempenha um papel crucial na criação de empregos e na geração de renda, tendo um impacto significativo no fortalecimento da economia global. Podemos afirmar que estamos vivendo uma nova era, conhecida como a era do empreendedorismo. O empreendedorismo é o processo de criar, desenvolver e gerenciar um negócio, assumindo riscos financeiros e pessoais em busca de oportunidades de negócios. É a capacidade de identificar uma necessidade no mercado e criar uma solução para atender essa demanda (Dornelas, 2021).

Um empreendedor é uma pessoa que está disposta a assumir riscos e a usar a sua criatividade para criar algo novo ou melhorar algo existente, com o objetivo de gerar lucro. O empreendedorismo também envolve a habilidade de liderança, a capacidade de tomar decisões estratégicas e a disposição para enfrentar desafios e superar obstáculos. Processo de criar, identificar e realizar oportunidades de negócios por meio da alocação de recursos de forma inovadora, com o objetivo de criar valor para os empreendedores e a sociedade (GEM, 2021).

Atualmente, o ato de empreender está em avanço contínuo, não só no Brasil, mas em toda parte do mundo. No entanto, empreender é invariavelmente repleta de desafios, uma vez que o empreendedorismo, se revela como um caminho pelo qual as mulheres encontram oportunidades para promover a inovação, desempenhando um papel significativo no crescimento econômico e no desenvolvimento do nosso País.

A inserção da mulher no mercado de trabalho tem sido marcada por desafios enfrentados contra preconceitos que de acordo com a história afetaram e ainda afetam o público feminino em várias áreas, incluindo sua inserção profissional. Isso resulta em impactos nas relações culturais e sociais, causando mudanças nos padrões da sociedade e da família. No Brasil, a participação do público feminino no mercado de trabalho é caracterizada pela desigualdade, evidenciada pelos salários mais baixos, acesso restrito a direitos sociais e obstáculos ao crescimento profissional (Bacelar et al., 2020).

Nesse contexto, as feirantes de produtos hortícolas podem ingressar no mercado de trabalho com maior liberdade e autonomia, utilizando suas habilidades de comunicação para construir e conquistar sua clientela. Por não ser uma forma empresarial formal, esse ambiente proporciona um novo modelo de vida onde as feirantes têm a oportunidade de obter renda para administrar pequenos negócios, experimentando uma sensação de realização pessoal e autoestima elevada ao sustentarem-se através do seu próprio trabalho. Além disso, elas estão alinhadas aos processos de globalização e às transformações sociais, econômicas e urbanas.

O presente estudo possui relevância acadêmica em diversas dimensões, destacando-se pela sua contribuição para a economia local, pela análise aprofundada de questões relacionadas ao estudo de gênero e empreendedorismo, pela identificação e compreensão dos desafios no setor hortícola. Além disso, o trabalho destaca-se pela construção de conhecimento local, explorando a aplicabilidade dos



resultados em outras regiões e delineando possíveis implicações para a formulação de políticas públicas.

Dessa forma, o artigo buscou responder ao seguinte questionamento: Quais as conquistas e desafios encontrados pelas feirantes de produtos hortícolas em Codó - MA? Seguindo o problema da pesquisa, o trabalho tem como objetivo geral: Identificar as conquistas e desafios enfrentados pelas feirantes de produtos hortícolas em Codó - MA. Para objetivos específicos: Mapear o perfil das feirantes de produtos hortícolas em Codó - MA; Analisar o cenário do empreendedorismo feminino em Codó - MA; Identificar as dificuldades que levaram as feirantes a empreender; relatar as experiências adquiridas ao longo da carreira como empreendedora.

A presente pesquisa tem como justificativa a prática do empoderamento para mulheres que as capacita a assumir o controle de suas vidas financeiras e profissionais. Ao focar nas vendedoras de produtos hortícolas em Codó - MA, a pesquisa pode destacar as histórias de mulheres que desafiam os papéis tradicionais de gênero e se concentram na economia local.

2 ENQUADRAMENTO TEÓRICO

2.1 EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA BREVE ABORDAGEM

A história do empreendedorismo não é recente, há tempos já se determinava uma relação com o trabalho considerado informal. No ano de 1990 deu-se início ao conhecimento do que é empreender, porém o empreendedorismo feminino, só teve seu desempenho original a partir dos anos 2000, com a abertura financeira para as mulheres e várias oportunidades de negócios (Sousa e Silva, 2021).

O empreendedorismo é qualquer ideia de criação de um novo negócio, seja ele formal ou informal, que consiste em uma atividade autônoma e individual, uma nova empresa ou a extensão de um empreendimento existente. Atualmente, o GEM é a análise mais aceitável sobre empreendedorismo, pois visa evidenciar o papel empreendedor no aumento social e econômico no nível global (GEM, 2022). O empreendedorismo é um método de transformação de uma ideia ou oportunidade em um negócio viável, que se expande por meio de competências, criatividade e atitudes (Santos *et al.*, 2022).

Nesse contexto, a palavra empreendedor (*entrepreneur*) tem origem francesa e pode ser entendido como aquele que assume riscos e começa algo novo e seu primeiro uso foi feito por Marco Polo. Já na Idade Média, o termo empreendedor foi utilizado para definir aquele que gerenciava grandes projetos de produção (Dornelas, 2021).

Segundo Fenelon (2020) o empreendedorismo feminino é um conceito que abrange tanto a criação de negócios por mulheres, como também a atuação delas em cargos de liderança, essa perspectiva mais inclusiva destaca a diversidade de formas como as mulheres contribuem para o empreendedorismo e para a dinâmica empresarial em geral. Nessa perspectiva, o empreendedorismo feminino no Brasil cresce diariamente, destacando as mulheres nesse meio, seja pela precisão ou devido



a carência de oportunidade nas empresas, devido essa falta de oportunidade optam por passarem a serem empreendedoras e na maioria dos casos essa opção de trabalharem por conta própria é para se realizarem enquanto profissional e pelo fato de obterem o seu sustento familiar (Moraes, 2018).

2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO E A COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS HORTÍCOLAS

O empreendedorismo feminino é uma forma de empoderamento que muitas mulheres encontram para superar dificuldades pessoais e familiares. Muitas vezes, esses negócios são passados de geração para geração, tornando-se a principal fonte de renda para toda a família e comunidade (Vargas, 2023).

Todavia, observa-se que o ramo do empreendedorismo abriu caminho de mudanças para as mulheres. É possível reconhecer que se pode avançar e ocupar seu lugar no mercado de trabalho. Nesse mesmo contexto, as mulheres empreendedoras contribuem para o desenvolvimento econômico do país, gerando novos empregos, tanto em pequenos quanto em médios empreendimentos (Cordeiro *et al.*, 2020).

Segundo os dados do GEM (2021) a taxa de indicadores do empreendedorismo por necessidade entre as mulheres representa (10,3%) e foi superior à taxa de empreendedorismo por oportunidade que corresponde a (8%). No caso dos homens, a situação inverteu-se, ou seja, a taxa por oportunidade é de (12,3%) e ficou acima da taxa por necessidade (10%).

Essas necessidades variam com regiões, cenários socioeconômicos e índice de desenvolvimento dos municípios brasileiros que passam a trabalhar com diferentes tipos de comercialização, como a de produtos hortícolas que é uma atividade que tem um papel crucial na economia e na sociedade. As mulheres feirantes são responsáveis por oferecer alimentos frescos e de qualidade para a população, além de gerar emprego e renda para as famílias. A feira livre representa uma das práticas mais antigas de comercialização de produtos agrícolas e tem por intuito o oferecimento de mercadorias de boa qualidade e com um custo mais baixo do que o habitualmente aplicado em supermercados (Silveira *et al.*, 2017).

Entende-se que a procura pelo consumo de produtos hortícolas frescos tem aumentado muito com o passar dos anos, devido possuir características essenciais para quem vai consumir, e devido a importância das propriedades nutricionais, resultado de seu alto teor de vitaminas, sais minerais e fibras, sendo consideradas um importante ingrediente na alimentação (Bezerra *et al.*, 2020; Moreira *et al.*, 2018).

As feiras livres são vistas como uma tradicional categoria de comércio varejista, onde o maior percentual dos feirantes e agricultores montam barracas que circulam dentro das áreas urbanas para efetuarem a venda de produtos agrícolas in natura que precisam de distribuição e comercialização



rápida. Os feirantes possuem uma estratégia de comercialização com contato direto ao consumidor para assim efetuar suas vendas (Carvalho; Grossi, 2019).

2.3 CONQUISTAS E DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO

O Dia Internacional da Mulher, comemorado em 8 de março, é uma data que tem como objetivo comemorar as conquistas femininas e chamar a atenção para a luta por igualdade de gênero. Em virtude disso, uma das grandes conquistas das mulheres nos últimos anos tem sido o crescente aumento do empreendedorismo feminino no Brasil (Candido, 2018).

Posto isso, as mulheres estão cada vez mais ganhando visibilidade no mercado de trabalho e ampliando sua influência ao expressar suas demandas e valores. Atualmente, a mulher tem sido importante no crescimento do país, sua contribuição apresenta um fortalecimento de categorias nos agentes econômicos, contribuindo com rapidez para o crescimento econômico (Da Silva, De Castro e De Sousa, 2018).

Todavia, é válido ressaltar que as mulheres durante a sua jornada como empreendedora enfrentam diversos desafios. Com isso a busca pela harmonia entre família e trabalho é visto como um obstáculo, o desgaste físico e psicológico influencia também nos desafios para que as mulheres tenham êxito, contudo para algumas empreendedoras a família se torna um suporte de apoio e motivação (Araújo, Mesquita e Matos, 2020).

Entretanto, o público feminino que decide empreender, está em constante desenvolvimento, para superar os desafios impostos pelo mercado de trabalho, isso é chamado de conquista, dessa forma elas lutam constantemente por seu lugar no mundo dos negócios. Além disso, a falta de trabalho formal para as mulheres se torna uma das motivações que elas podem encontrar no ramo do empreendedorismo, buscando assim mostrar seu diferencial, impactando na criação de novos empregos e conseguir se destacar no mercado de trabalho e manter sua independência financeira (Rodrigues, 2022).

3 METODOLOGIA

O presente trabalho trata-se de uma pesquisa descritiva e exploratória com abordagem quali-quantitativa dos dados, sendo realizado um questionário semiestruturado com perguntas abertas e fechadas. Nesta perspectiva, a pesquisa qualitativa foi apoiada pela pesquisa quantitativa e vice-versa, possibilitando uma análise estrutural do fenômeno com métodos quantitativos e uma análise processual mediante métodos qualitativos (Schneider, Fujii, Corazza, 2017).

A pesquisa foi realizada com mulheres empreendedoras (feirantes de produtos hortícolas) de Codó Maranhão, localizada no leste maranhense, a cidade faz parte de uma região denominada Cocais. Com aproximadamente 115.000 habitantes, segundo o censo de 2022, Codó possui um IDH Municipal



de 0,595, ou seja, um IDH baixo. Quase 70% de sua população vivem na zona urbana, e outra faixa de 40 mil habitantes mora na zona rural. Segundo o site oficial da Prefeitura Municipal de Codó, o ano de 1780 marcou o início de seu povoamento. Sua economia era fundamentada a partir das atividades agrícolas.

A cidade possui um comércio diversificado que contribui significativamente para a economia local. Esta cidade foi escolhida porque a pesquisadora reside na cidade onde o estudo será realizado, a mesma será realizada no mercado central da cidade, proporcionando fácil acesso aos participantes e às informações necessárias para a condução do estudo. Desta forma, foi selecionada uma amostra de 10 mulheres feirantes de produtos hortícolas. As mulheres participaram voluntariamente da pesquisa, são empreendedoras que atuam dentro do mercado central do município de Codó, MA e cada uma delas foi chamada por letras de A à J. As entrevistas foram todas gravadas por áudio e, posteriormente, transcritas para montar uma base de dados. Para as questões abertas adotou-se a análise de conteúdo, de acordo com as técnicas empregadas no trabalho de Krüger e Ramos (2020), em que se agrupou o conteúdo das falas das entrevistadas através de tabelas.

Como técnica de pesquisa qualitativa foi elaborado um questionário semiestruturado pela autora composto por duas etapas: a primeira etapa contendo perguntas sobre o perfil demográfico, a segunda etapa com perguntas sobre a temática do estudo.

A coleta de dados ocorreu no período de 13 a 15 de novembro de 2023. Em seguida, procedeu-se à análise e tabulação dos resultados, com a criação de bancos de dados e tabelas para consolidar as informações obtidas, com uso do programa de Excel do pacote do Microsoft Office 2019.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A entrevista foi realizada com uma amostra de 10 mulheres empreendedoras. As gravações das entrevistas foram transcritas e as respostas de cada entrevistada foram resumidas, conforme a Tabela 1.

Tabela 1 - Símula das principais ideias das entrevistadas frente às questões

Entrevistados	Idade	Nível de Escolaridade	Tempo de empreendedora	Renda mensal
A	70	Fundamental incompleto	50 anos	R\$ 800,00
B	46	Fundamental incompleto	25 anos	até um salário mínimo
C	61	Fundamental incompleto	29 anos	até um salário mínimo
D	56	Fundamental incompleto	25 anos	até um salário mínimo
E	60	Fundamental incompleto	16 anos	até um salário mínimo
F	52	Fundamental incompleto	20 anos	até um salário mínimo
G	43	Fundamental incompleto	13 anos	até meio salário mínimo
H	68	Fundamental incompleto	40 anos	até um salário mínimo
I	49	Fundamental incompleto	15 anos	até um salário mínimo
J	65	Fundamental incompleto	37 anos	até um salário mínimo

Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pela autora, 2023.

Diante dos dados expostos foi possível identificar que a média de idade das entrevistadas está na faixa dos 40 a 70 anos. Todas possuem nível de escolaridade incompleto. Em relação ao tempo de



empreendimento as entrevistadas possuem em média 13 a 50 anos no ramo no empreendedorismo, quanto a renda, as empreendedoras relataram que a média é de meio salário a um salário-mínimo.

Ao serem questionadas sobre a trajetória do início de seus empreendimentos, foi possível destacar as falas das entrevistadas A, D e E conforme a Tabela 2.

Tabela 2 - Trajetória do início do empreendimento

Entrevistado A	Entrevistado D	Entrevistado E
“Antes de comprar o box no mercado central para vender minhas verduras, eu trabalhava como servidora pública, em escolas, enfrentei dificuldades”.	“Antes de ser feirante, eu morava no interior trabalhando de roça, quebrando coco, e um certo tempo passei a vir morar na cidade, e iniciei com a venda de cheiro- verde, e comecei a investir em outros produtos”.	Antes de vir para a feira, vendia em casa minhas verduras, chegou um certo dia que tinha comprado mercadoria a mais e acabei não vendendo em casa e resolvi vir pra feira vender, acabei gostando e fui aumentando a mercadoria e estou aqui até hoje”.

Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pela autora, em 2023.

Pelo recorte das falas, é notório perceber que essas mulheres passaram por dificuldades maiores antes de tomarem a decisão de se tornarem empreendedoras por necessidade (Tabela 3). Montalvão et al, 2020 em trabalho desenvolvido com mulheres empreendedoras no estado da Bahia, obteve-se como resultado que as maiores influências na decisão de se tornarem empreendedoras foi a falta de emprego e a realização de sonhos, outros motivos inclusive foram as dificuldades e conquistas que enfrentaram ao longo e antes do processo.

Dentre os pontos que levam as mulheres ao empreendedorismo, podemos citar a vontade de alcançar realizações pessoais, a busca pela independência, a análise de oportunidades de mercado, a dificuldade de ascensão na carreira em outras empresas, a necessidade de sobrevivência e a conciliação entre trabalho e família são motivos explicativos para o fenômeno da mulher empreendedora (Teixeira et al., 2011).

Tabela 3 - Motivos para empreender como feirante

Percentual (%)	Motivo?
10%	Oportunidade
90%	Necessidade

Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pela autora, 2023.

Na tabela acima é apontado que 10% das entrevistadas empreenderam por oportunidade e 90% empreenderam pela necessidade que ao que tudo indica é a principal razão que levou os entrevistados a se tornarem negociantes no mercado. Muitas destas pessoas trabalhavam noutras profissões, mas confrontadas com dificuldades econômicas ou desemprego, tiveram que procurar novas fontes de rendimento. Estudos de Dornelas (2014), propõem os dois tipos de empreendedores, aqueles que empreendem por oportunidades e outros por necessidades.

Apesar das oportunidades estarem disponíveis a algumas empreendedoras, grande parte do



sexo feminino não goza desses privilégios e, de acordo com sua luta histórica, iniciam seus empreendimentos principalmente por necessidade (GEM, 2018).

Tabela 4 - Conciliação entre vida pessoal e trabalho

Percentual (%)	Concilia
10%	Com Auxilio do marido.
10%	Com Auxilio dos filhos e vizinhos.
20%	Não conciliam.
20%	Não responderam.
40%	Com Auxilio dos filhos.

Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pela autora, 2023.

De acordo com os dados expostos, pode ser destacado o que relata a entrevistada A, B e D, Tabela 5.

Tabela 5 - Relatos das entrevistadas

Entrevistado A	Entrevistado B	Entrevistado D
<p>“Nesse ramo que trabalho concilio fazendo amizade com o povo, às 5 h da manhã já estou aqui na feira, saio de casas e deixo almoço pronto antes de vir para a feira, meu esposo vem por volta de 13:00h e eu vou em casa, e ele fica até as 16h”.</p>	<p>“Em primeiro lugar sempre peço sabedoria a Deus, e assim vou me esforçando para ter bom ânimo, não é fácil, pois todos os dias acordo às 4 h da manhã de Domingo a Domingo, o tempo para a família é pouco, pois estou sempre buscado dar o melhor para meus filhos, orando para meus filhos não entrarem no mundo das drogas”.</p>	<p>“No início foi bem difícil, crianças pequenas, muitas vezes fazia a comida uma noite anterior, pra quando chegasse em casa meio dia do dia seguinte, só esquentar. Tinha que levar filhos para a escola, sem transporte. Atualmente, depois dos meus filhos criados, consigo vir trabalhar mais tranquila, pois sei que eles sabem se virar sozinhos para sobreviver”.</p>

Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pela autora, 2023.

Tais falas, ratificam os estudos de Barbosa et al. (2021), em que retrata especificamente o conflito da dupla jornada entre o trabalho e a família (Tabela 07). Para Strobino & Teixeira (2014) são raras as empreendedoras que têm a fronteira entre o trabalho e a vida pessoal, ou a vida em família, bem definida, e como consequência, geralmente o conflito trabalho-família é defrontado. Certos autores ressaltam que a complexidade de equilibrar a vida profissional com os diversos papéis na vida familiar, especialmente no que diz respeito à maternidade, é apontada como um dos fatores motivacionais para mulheres se envolverem no empreendedorismo (Gomes, Guerra & Vieira, 2011; Lindo et al., 2007).

Tabela 6 - Desafios para iniciar o empreendimento

Percentual (%)	Desafios
10 %	Falta de capital e transporte
20%	Falta de capital e conhecimento
30%	Falta de capital
40%	Dificuldade na compra de mercadoria

Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pela autora, 2023.

Na tabela acima foi classificado em percentual os desafios relatados pelas entrevistadas para



poder iniciar o seu empreendimento. Cerca de 10% corresponde a falta de capital e transporte, 20% corresponde a falta de capital e conhecimento, 30% relataram que o seu maior desafio foi a falta de capital e 40% informaram que tiveram dificuldade na compra de mercadoria. Diante do que foi abordado, percebe-se que o gênero feminino enfrenta diariamente vários desafios na busca pela sua colocação no mercado empresarial e pelo sucesso nos seus negócios (Oliveira et al., 2022).

Antes de atuar no empreendedorismo de hortícolas as entrevistadas tinham outras obrigações e demandas, como citado em suas respostas com base na Tabela 7.

Tabela 7 - Atuações antes de serem empreendedoras

Entrevistado A	Entrevistado B	Entrevistado F
“Antes de ingressar nesse ramo trabalhava como agente de portaria nas escolas públicas”.	“Trabalhei em bares, em casas de família, trabalhei de roça por um bom tempo, quebrando coco”.	“Trabalhava de roça e cuidava de uma chácara”.

Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pela autora, 2023.

O empreendedor por necessidade é aquele que decide investir em um negócio próprio porque a situação em que se encontra acabou o levando a isso. Em geral, o empreendedor por necessidade é aquela pessoa que estava desempregada há um certo tempo e não consegue emprego. Pode ser também aquele profissional que ficou longe do mercado de trabalho por muitos anos e está com dificuldades para conseguir uma recolocação no mercado. (IBC, 2019). Indagadas se estavam satisfeitas em ser empreendedoras e o por quê se tornaram, destacou-se as entrevistadas A, E, I com suas respectivas respostas conforme é citado na tabela a seguir Tabela 8).

Tabela 8 - Satisfação em ser empreendedoras

Entrevistado A	Entrevistado E	Entrevistado I
“Sim, estou satisfeita, agora estou aposentada, e aqui se tornou minha renda extra, pra mim é como uma terapia”.	“Sim, pois daqui consigo tirar meu sustento e da minha família, e ganhar meu dinheiro honestamente e ajudar meus netos”.	“Sim, pois eu mesmo faço meu horário, e tiro meu sustento da feira”.

Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pela autora, 2023.

Diante dos relatos as empreendedoras se sentem realizadas pessoalmente e profissionalmente com o seu trabalho nas feiras. Um espaço com objetivo, visivelmente, genuinamente econômico, tem possibilitado, desempenhos construtivos de educação em direção à valorização do ser humano, marcada, simbolicamente, pela relação de cumplicidade entre feirantes e consumidores. (Almeida, Salvador, 2022).

Entendendo a feira como um local de encontro frequente de indivíduos que possuem necessidades mútuas e são atraídos pela oportunidade de suprir suas demandas de consumo cotidiano, foi questionado as empreendedoras se elas conseguem perceber diferenças no modo como as mulheres são tratadas no ambiente dos feirantes, obteve-se dentre as respostas:



“Não, aqui todo mundo trata os outros bem, fazemos amizade” (Entrevistada A, 2023).

“Muitos deles tratam a gente bem, mas as vezes tem pessoas que tratam a gente mal” (Entrevistada F, 2023).

“Não, vejo que no termo do trabalho da feira, temos mais vantagens sobre os homens” (Entrevistada I, 2023).

Assim, as feirantes falam com convicção que não conseguem perceber muita diferença no modo que são tratadas em seu ambiente de trabalho. Noutro momento, ao perguntar sobre quais são as suas maiores conquistas como feirante, foram observadas as seguintes respostas:

“Já consegui pagar uma faculdade da minha neta que é farmacêutica, atualmente continuo ajudando meu neto que faz faculdade também, ajudo meus filhos que moram em outras cidades” (Entrevistada A, 2023).

“Consegui ter meu transporte para me locomover com meus filhos” (Entrevistada B, 2023).

“Consegui conquistar minha casa, pois antes eu morava de favor” (Entrevistada E, 2023).

Considerando as falas das entrevistadas observa-se alguns termos utilizados como “amizades”, “filhos”, “netos” demonstram a motivação das mulheres feirantes em batalhar pelo seu sustento familiar, tendo o convívio diário com outras pessoas e batalhando todos os dias para conquistar o seu espaço no mercado central da cidade de Codó- MA.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo feminino é um direcionamento que vem sendo pesquisado e está aumentando constantemente, e isso está incentivando cada vez mais as mulheres a criarem seus próprios empreendimentos, seja ele formal ou não. É importante ressaltar que uma das atividades conhecidas, é a venda de produtos hortícolas, que é realizada de forma móvel ou em barracas, denominada feiras.

As entrevistas realizadas com as feirantes revelaram que mulheres resilientes, trabalhadoras e que superam muitos obstáculos para alcançar seus propósitos. Este é um exemplo de como o empreendedorismo pode ser uma maneira de mudança social. A idade média das entrevistadas ficou entre 40 e 70 anos. Todas têm nível de escolaridade incompleta e 90% começaram no empreendedorismo por necessidade, o que parece ser o principal motivo que as levou a se tornarem feirantes hortícolas no mercado. Cerca de 10% relatam a falta de capital e de transportes e 30% relataram que o seu maior desafio era a falta de capital.

Diante do exposto, este trabalho permitiu analisar e entender o perfil e a realidade destas empreendedoras feirantes que atuam na feira do mercado central da cidade de Codó- MA. Os dados coletados foram satisfatórios, deste modo atingindo o objetivo geral da pesquisa que foi identificar as conquistas e desafios enfrentados pelas feirantes de produtos hortícolas em Codó- MA.

Dentre as considerações finais deste estudo, é importante destacar algumas limitações que podem ter afetado os resultados. Por exemplo, o público alvo investigado em alguns momentos se



sentiram inseguros ao relatar suas experiências, uns por medo ou vergonha de falar sobre a sua vida pessoal, outros se recusaram a falar a respeito do assunto proposto por receio que suas informações fossem ser divulgadas, mesmo apresentando o documento comprovando que era totalmente confidencial, muitos se limitaram a participar da pesquisa. Reconhecemos que essas limitações podem ter influenciado os achados e sugerimos que estudos futuros abordem essas questões de forma mais abrangente.

Além disso, há várias áreas promissoras para pesquisas futuras que surgem a partir deste trabalho. Por exemplo, a investigação sobre políticas públicas, o impacto das políticas públicas locais no apoio ao empreendedorismo feminino nos mercados de vegetais, identificar áreas para melhoria ou necessidades não satisfeitas, com intuito de fornecer informações valiosas aos decisores políticos e às agências de desenvolvimento económico. Explorar essas direções pode contribuir significativamente para o avanço dos conhecimentos nesta área.

Em suma, apesar das limitações, este estudo ofereceu uma base sólida para investigações futuras e esperamos que inspire pesquisadores a explorar novas oportunidades de pesquisa voltadas para o setor hortícola de Codó, Maranhão.



REFERÊNCIAS

- Almeida, J. S.; & Salvador, M.B. (2022). Cotidiano das mulheres na feira livre de Miracema do Tocantins: entre vivência, saberes e fazeres. *Revista Capim Dourado*. 5(03).
<https://doi.org/10.20873/FEIRAMIRACEMA>
- Bezerra, A. A.; De Souza, E. N.; Se Souza, H. G. P.; & De Sá, C. (2020). Análise microbiológica de alfaces em saladas cruas comercializadas em restaurantes comerciais da cidade de Petrolina, Pernambuco, Brasil. *Brazilian Journal of Developme*, 6(12), 100252-100265.
<https://doi.org/10.34117/bjdv6n12-499>
- Candido, E. C. R. (2018). Exclusão e/o superação em políticas públicas para a mulher nos pronunciamentos de Dilma Rousseff: uma análise discursiva. Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual de Mato Grosso, Campo Grande, MS
- Carvalho, F. F.; & Grossi, S. F. (2019). A Importância das Feiras livres e seus impactos na agricultura familiar. *Revista Interface Tecnológica*. 16 (2), 226–234.
- Carvalho, P. A & VIEGO, V. (2023). Evolução do emprego feminino no mercado de trabalho brasileiro: uma análise shift-share entre 2003 e 2018. *Economia e Sociedade, Unicamp*. 32 (1), 207-224.
- Cordeiro, A.I. S.; S, G.; Gamarra, N. R. A.; & Rodrigues, R. C. (2020). Mulher empreendedora: desafios e oportunidades. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*.
<https://www.eumed.net/rev/caribe/2020/09/mulher-empreendedora.htm>
- Dornelas, J. C. A. (2014). Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC
- Duarte, A. P. (2018). A importância do empreendedorismo feminino no mercado de trabalho brasileiro 2018. 31 f. Monografia (graduação) Faculdade Anhanguera, Pelotas
- Fenelon, B. Carvalho. (2020). Mulheres Empreendedoras no Mercado de Trabalho: dificuldades e motivações. Trabalho de Conclusão de Curso. Pontifícia Universidade Católica De Goiás, Goiânia
- Freitas, R. C.; Costa, A. J. L.; & Visentin, I. C. (2023). Empreendedorismo feminino: um estudo sobre as mulheres empreendedoras do ramo de brechó na cidade de Luziânia- Goiás. *Revista Multidisciplinar Humanidade e Tecnologias (FINOM)*, 39(2), 1-22.
https://revistas.icesp.br/index.php/FINOM_Humanidade_Tecnologia/article/view/3788/pd
- Gomes, D. T.; Guerra, P. V.; & Viera, B. N. (2011). O Desafio do Empreendedorismo Feminino. *Anais do Encontro da ANPAD*. 35. Rio de Janeiro.
https://arquivo.anpad.org.br/abrir_pdf.php?e=MTMyMjM=
- Krüger, C.; & Ramo, S, L. F. (2020). Comportamento empreendedor, a partir de características comportamentais e da intenção empreendedora. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 9(4), 528 -555. <https://static.even3.com/anais/491748.pdf?v=638977359663738769>
- Lindo, M. R.; Cardoso, P. M.; Rodrigues, M. E.; & Wetzal, U. (2007). Vida Pessoal e Vida Profissional: os Desafios de Equilíbrio para Mulheres Empreendedoras do Rio de Janeiro. *Revista de Administração Contemporânea*, 1(1), 1- 15.
https://arquivo.anpad.org.br/periodicos/arq_pdf/a_621.pdf



- Martins, A. C. (2018). Empreendedorismo feminino: A busca de espaço no mundo dos negócios. Anais do 29º Encontro Nacional dos Cursos de Graduação em Administração (Enangrad). São Paulo.
- Montalvão, H. C.; Silva, A. P. S.; Moreira, R. C. (2020). Empreendedorismo feminino: estudos sobre as mulheres empreendedoras do ramo de confecções da cidade de Correntina- Bahia. Revista Valore, Volta Redonda, 5, 114-126. <https://doi.org/10.22408/rev502020860114-126>
- Moreira, C. C.; Costa, K.; Duarte, A. C., Serra-freire, N. M; &Norberg, A. N. (2018). Avaliação microbiológica e parasitológica de hortaliças comercializadas na Baixada Fluminense, Rio de Janeiro. Revista Uniabeu, 10 (26), 234-243.
https://www.academia.edu/127609178/Avalia%C3%A7%C3%A3o_Microbiol%C3%B3gica_e_Parasitol%C3%B3gica_De_Hortali%C3%A7as_Comercializadas_Na_Baixada_Fluminense_Rio_De_Janeiro
- Oliveira, B. A.; Paiva, V. V.; & Ramos, A.S.S. (2022). Empreendedorismo feminino: os desafios enfrentados e as estratégias adotadas por empreendedoras no município de João Pessoa –PB. Cadernos de Gestão e Empreendedorismo. Rio de Janeiro, 10 (1), 30-47.
<https://doi.org/10.7784/rbtur.v10i1.855>
- Rodrigues, F.C.C. (2022). Empreendedorismo feminino: Um mecanismo em busca da igualdade de gênero e autonomia econômica da mulher. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- Santos, E. S. A.; & Oderich, C. O. L. (2021). Gestão do Tempo: Estudo de Mulheres Empreendedoras. Revista Gestão e Organizações, 6 (4), 40-65. <https://doi.org/10.18265/2526-2289v6n4p40-65>
- Schneider, E. M.; Fujii, R. A. X.; & Corazza, M. J. (2017). Quali-Quantitative Research: contributions to research in Science teaching. Revista Pesquisa Qualitativa. São Paulo (SP), 5(9), 569-584. <https://editora.sepq.org.br/rpq/article/view/157/100>
- Silveira, V. C.; Oliveira, E. S.; Mariani, M. A.; & Silveira, N. F. (2017). Avaliação da importância das feiras livres e a forma de comercialização adotada pelos feirantes na cidade de nova Andradina–MS. Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação (EIGEDIN), 1 (1).
- Souza, E.C M.; & Silva, Y.P. (2021). Os desafios do empreendedorismo feminino. Trabalho de conclusão de curso, Etec de Poá.
- Strobino, M. R. C.; & Teixeira, R. M. (2014). Empreendedorismo Feminino e o Conflito Trabalho-Família: Estudo de Multicasos no Setor da Construção Civil da Cidade de Curitiba. Revista Administração-USP, São Paulo, 49(1), 1-18. <https://doi.org/10.5700/rausp1131>
- Teixeira, R.M.; Ducci, N.P.; Sarrassini, N.; & Munhê, V.P. (2011). Empreendedorismo jovem e a influência da família: a história de vida de uma empreendedora de sucesso. Revista de Gestão da USP. 18 (1), 3-18. <https://doi.org/10.5700/rege411>
- Vargas, C. M. (2023). Mulheres empreendedoras e jornalismo: uma análise do caderno geração empreendedora do jornal do comércio. Trabalho de Conclusão de Curso, Centro Universitário Ritter dos Reis, Porto Alegre.

