

Empreendedorismo feminino rural: a feira livre de Araçuaí/MG como geração de renda para a agricultura familiar

Natália Araújo Rocha⁽¹⁾ e
João Francisco Sarno Carvalho⁽²⁾

Data de submissão: 18/5/2021. Data de aprovação: 29/10/2021.

Resumo – É notória a ascensão das mulheres em diversas áreas profissionais. Essa evolução também é perceptível no campo do empreendedorismo. Desse modo, o presente trabalho propõe-se a analisar o empreendedorismo feminino, com um enfoque rural, sob a ótica de sua aplicação na feira livre do município de Araçuaí, Minas Gerais, no que concerne à geração de renda de mulheres agricultoras familiares que possuem bancas comerciais nesse local. A pergunta-problema da pesquisa é: a feira livre do município de Araçuaí/MG viabiliza a geração de renda para a agricultura familiar de mulheres feirantes que atuam profissionalmente nesse ambiente? Para responder a tal questionamento, foi aplicado um roteiro de entrevista semiestruturado a cinco mulheres, em 6 de fevereiro de 2021. A metodologia que norteou este estudo classifica-se como básica, qualitativa e descritiva. Os resultados obtidos indicam que a feira livre em questão é de fundamental importância para gerar trabalho e renda para as sujeitas pesquisadas. Conclui-se que as mulheres investigadas empreendem pela necessidade de gerar renda e a feira livre municipal em questão possibilita isso a elas.

Palavras-chave: Agricultura familiar. Empreendedorismo. Empreendedorismo feminino. Empreendedorismo rural.

Rural female entrepreneurship: the free market in Araçuaí/MG as income generation for family farming

Abstract – The rise of women in several professional areas is notorious. This evolution is also noticeable in the field of entrepreneurship. Thus, the present paper proposes to analyze female entrepreneurship with a rural approach, from the perspective of its application in the open market in the municipality of Araçuaí, Minas Gerais, regarding the income generation of women family farmers who own commercial stalls at this location. The research question-problem is: does the open market in the municipality of Araçuaí/MG make it possible to generate income for family farmers from market women who work professionally in this environment? To answer this question, the semi-structured interview script was applied to five women on February 6, 2021. The methodology that guided this study is classified as basic, qualitative, and descriptive. The results obtained indicate that the fair in question is of fundamental importance to generate work and income for the subjects surveyed. It is concluded that the investigated women seek this kind of entrepreneurship due to the need to generate income and the municipal open market in question makes this possible for them.

Keywords: Family farming. Entrepreneurship. Female entrepreneurship. Rural entrepreneurship.

¹ Graduanda do curso de Administração do *Campus Araçuaí*, do Instituto Federal do Norte de Minas Gerais – IFNMG. [*nattaraujo5@gmail.com](mailto:nattaraujo5@gmail.com). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5070-774X>.

² Professor Doutor em Inovação Tecnológica do *Campus Araçuaí*, do Instituto Federal do Norte de Minas Gerais – IFNMG. [*joao.carvalho@ifnmg.edu.br](mailto:joao.carvalho@ifnmg.edu.br). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8815-4773>.

Introdução

Esta produção acadêmica discute a importância da feira livre do município de Araçuaí, Minas Gerais, no que concerne à geração de renda para a agricultura familiar de mulheres empreendedoras que possuem bancas neste local.

O município de Araçuaí, localizado no nordeste do estado de Minas Gerais, na região do médio Jequitinhonha, tem uma população estimada em 36.013 habitantes, sendo 35% dela residente na zona rural, conforme apontado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010). Grande parte dessa população é representada por agricultores familiares que, conforme Rocha (2013), buscam formas e estratégias de adaptação às adversidades ambientais e às influências da modernização na agricultura para produzir alimentos que lhes servirão à própria subsistência e cujos excedentes poderão ser comercializados nas feiras livres.

A feira livre local ocorre no Mercado Municipal de Araçuaí/MG aos sábados e apresenta-se como um dos principais pontos de comércio do município. Além dos aspectos econômicos, as feiras livres são abarcadas por questões sociais e culturais. Elas se configuram como importantes espaços de comercialização de produtos oriundos da agricultura familiar e se apresentam como ambientes de socialização, de identidade regional, cultural e de articulação política, onde há a movimentação de informações, pessoas, culturas e produtos (PEREIRA; BRITO; PEREIRA, 2017).

Embora o empreendedorismo seja amplamente estudado (SCHUMPETER, 1988; FILION, 1999; CHIAVENATO, 2007; FRANCO, 2014; JAZAR, 2015; DOLABELA, 2016; KOTZKO, 2018; GEM, 2018; OLIVEIRA *et al.*, 2018; entre outros), não há uma conceituação consolidada sobre esse tema, que é tratado sob variadas definições, compreensões e enfoques. Para Baggio e Baggio (2015), empreendedorismo consiste na arte de agir com comportamento inovador, criativo e motivado na busca por resolver com paixão os desafios apresentados. É agregar valor, saber identificar oportunidades, transformá-las em negócios e capitalizar sobre eles, utilizar os recursos disponíveis e assumir riscos calculados.

Em relação ao gênero feminino no mercado de trabalho, cabe destacar que a mulher ganhou, nos últimos anos, notoriedade no ramo dos empreendimentos. O *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2018) destaca que, entre os quarenta e nove países pesquisados, o Brasil ocupa a sétima posição em relação à maior proporção de mulheres entre os empreendedores iniciais. A pesquisa ainda aponta que a proporção de negócios por razão de necessidade é maior no grupo feminino (44%, no caso das mulheres, contra 32%, no caso dos homens).

Jazar (2015) ressalta a necessidade de compreender o sujeito empreendedor, localizá-lo no tempo, no local e identificar sua trajetória de vida, uma vez que essas especificidades resultam em diferentes ações frente aos negócios. Kotzko (2018) corrobora tal ideia e destaca que a cultura e a região onde estão inseridos os empreendedores são determinantes para o comportamento destes frente aos negócios.

Quanto aos agricultores que habitam o meio rural, eles devem estar dispostos a enfrentar riscos, uma vez que fatores climáticos e variações cambiais impactam essa área. Felisbino (2015) ainda discorre sobre a dificuldade que os produtores enfrentam para formalizar seus empreendimentos, dado que a vigilância sanitária, a alta tributação e a dificuldade em manter a escala produtiva são fatores que precisam ser superados. Diante desses obstáculos, há posicionamentos aos quais o empreendedor rural deve se atentar para alcançar a legalidade e se manter no cenário.

Sob esses apontamentos, este trabalho busca entender o empreendedorismo feminino, com enfoque na atuação da mulher da área rural e na feira livre municipal, no que diz respeito à contribuição desse ambiente comercial para a geração de renda para a produção agrícola familiar.

Acerca da perspectiva levantada, este trabalho visa a responder à seguinte questão norteadora de pesquisa: a feira livre do município de Araçuaí/MG viabiliza a geração de renda para a agricultura familiar de mulheres empreendedoras com bancas nesse local?

O objetivo deste estudo consiste em investigar se a feira livre municipal de Araçuaí/MG pode ser considerada um agente estimulador para a geração de renda da agricultura familiar de mulheres empreendedoras com negócios nesse local.

Esta pesquisa justifica-se, no âmbito do mercado de trabalho, pelo crescente interesse de indivíduos pelo empreendedorismo. Brasileiros popularizaram o termo e o ato de empreender pela falta de oportunidades no mercado das indústrias, pelo alto índice de desemprego e pela grande quantidade de mão de obra desqualificada. Tais fatores configuram neste país a característica marcante do empreendedorismo iniciado majoritariamente por necessidade (NASSIF; GBOBRIL; AMARAL, 2009). Portanto, já de início, este artigo justifica-se por apresentar uma perspectiva de compreensão de parte da jornada empreendedora.

O empreendedorismo apresenta crescimento como objeto de estudo em ambientes acadêmicos. Existem diferentes análises possíveis a serem feitas partindo-se desse tema. O empreendedorismo com o recorte de gênero aparece, na última década, como um novo campo de pesquisa, o que demonstra um crescimento na procura de interesse de pesquisadores (OLIVEIRA, 2018). Assim, assegura-se a pertinência do delineamento tecido.

O empreendedorismo na ótica feminina recebe os olhares da ciência ao redor do mundo, na busca por compreendê-lo melhor. Nesse sentido, Bañón e Lloret (2016) sugerem que o empreendedorismo feminino ocorre por fatores culturais, emocionais e sociais ligados intrinsecamente às características dos países em que as empreendedoras atuam.

Já Pinkovetskaia *et al.* (2019) e Wu, Li e Zhang (2019) apontam que o empreendedorismo feminino é um fenômeno social e econômico de grande complexidade e importante para a economia de diversos países, que ocorre na busca por tentar reduzir tensões sociais e econômicas entre os indivíduos da sociedade.

De modo específico, o tema do empreendedorismo feminino no meio rural chama a atenção de acadêmicos não só do Brasil, mas de outros países em desenvolvimento. No Cazaquistão, por exemplo, a motivação empreendedora das mulheres que atuam no empreendedorismo rural vem da necessidade de gerar renda (BUI; KUAN; CHU, 2018). Em Israel, as mulheres empreendedoras do meio rural buscam alternativas para a maximização da renda agrícola e do desenvolvimento profissional (SOFER; SAADA, 2016).

Fenômenos como a crescente urbanização e a alta concentração da população em ambientes urbanos têm levado os meios de comunicação e os estudiosos a dar pouca relevância para o que ocorre no meio rural, tanto em termos de trabalho científico quanto no que diz respeito à qualidade de vida daqueles que dependem do campo (TOMEI; SOUZA, 2014). Sendo assim, as reflexões propostas por este estudo visam a incrementar os trabalhos acadêmicos pouco desenvolvidos nessa área.

Materiais e métodos

A presente pesquisa fez uso do rigor metodológico, valendo-se da pesquisa básica, qualitativa e descritiva. Quanto à sua natureza, a pesquisa é básica, pois, segundo Gil (2010), ambiciona agrupar estudos que têm o objetivo de completar espaços que detêm o conhecimento.

Quanto aos procedimentos metodológicos, a abordagem é qualitativa, já que esse tipo de pesquisa se caracteriza por um método das ciências sociais que se concentra em um grupo específico de pessoas para descobrir como elas enfrentam e prosperam em um ambiente da vida real (YIN, 2016).

No que se refere aos seus fins, o estudo pode ser considerado como descritivo, uma vez que se tem a padronização da coleta de dados, a observação, o registro, a análise, a classificação,

a interpretação e a busca por entender a relação entre as variáveis que são estudadas, sem que haja a interferência do(a) pesquisador(a) (ANDRADE, 2009).

Esta pesquisa abrangeu como objeto de análise as empreendedoras rurais com o segmento profissional na agricultura familiar e atuantes na feira livre da cidade de Araçuai/MG. De acordo com os dados disponibilizados por meio da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Sustentável, em 2021 existiam noventa e sete agricultoras familiares autorizadas a comercializar no entorno do Mercado Municipal de Araçuai/MG.

Para atingir os critérios exigidos, foram selecionadas cinco feirantes, sendo estas responsáveis por compor a amostra do presente trabalho. A quantidade de sujeitas estudadas foi definida pelo critério de acessibilidade da pesquisadora a elas.

Após definidos os métodos que fundamentam a pesquisa, fez-se necessário estabelecer o instrumento para coleta dos dados, que possibilitaram a obtenção de informações pertinentes e fundamentais para o desenvolvimento do trabalho. Para a análise dos resultados, foi empregado como instrumento de pesquisa o roteiro de entrevista, segmentado em duas categorias analíticas: perfil demográfico e perfil socioeconômico.

Para atingir o objetivo proposto, o roteiro de entrevista foi elaborado com perguntas semiestruturadas, a fim de investigar se a feira livre municipal de Araçuai/MG se configura como agente estimulador para a geração de renda da agricultura familiar das mulheres feirantes que atuam nesse ambiente comercial. Esse tipo de instrumento de pesquisa pode conter respostas fechadas e/ou abertas. Enquanto as fechadas facilitam a análise e a tabulação dos dados, as abertas possibilitam respostas detalhadas e ricas em informações (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2007).

A coleta dos dados foi realizada no dia 6 de fevereiro de 2021, quando a pesquisadora consultou a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico Sustentável a fim de captar as mulheres cadastradas como agricultoras familiares e que atuassem profissionalmente na feira livre municipal. Depois de identificadas, elas foram convidadas pessoalmente a participarem deste estudo, por meio da entrevista disponibilizada a cada uma delas. Cinco das mulheres convidadas aceitaram responder ao instrumento de coleta dos dados.

Por fim, os dados coletados foram transcritos para a forma digital, e a análise das informações de múltipla escolha foram então tabuladas em planilha do *software* Microsoft Excel. Para a questão aberta adotou-se a análise de conteúdo, de acordo com as técnicas empregadas no trabalho de Carvalho (2020), em que se agrupou o conteúdo das falas das entrevistadas por tópicos. Moraes (1999) lembra que a análise de conteúdo se constitui numa metodologia que pode ser utilizada com o objetivo de descrever e interpretar dados provenientes de diferentes tipos de documentos oriundos de comunicação verbal ou não verbal. Nesse sentido, de maneira específica, aqui foram extraídos os sentidos das respostas obtidas na aplicação do roteiro de entrevista. Ainda em Moraes (1999, p. 3) é dito que a análise de conteúdo "[...] é uma interpretação pessoal por parte do pesquisador com relação à percepção que tem dos dados."

Resultados e discussões

Nesta seção serão apresentados os resultados e as discussões obtidos com a aplicação do instrumento de pesquisa. No que tange à interpretação e à análise das informações, estas foram realizadas por intermédio do confronto dos dados das entrevistas com a literatura sobre o tema, buscando-se coerências ou divergências nos confrontos realizados, a fim de obter-se uma melhor compreensão acerca do tema estudado.

Buscou-se caracterizar o perfil demográfico e socioeconômico das sujeitas que compuseram a amostra deste estudo. Inicialmente, será apresentada a caracterização das entrevistadas. As evidências obtidas serão apresentadas e discutidas a seguir.

Perfil demográfico

Observam-se no Quadro 1 os dados referentes às características demográficas das entrevistadas. Constata-se que a idade média delas se encontra em 51,6 anos, sendo possível identificá-las como indivíduos mais experientes. Em relação ao grau de instrução, 60% possuem o ensino fundamental I incompleto, e 40% completaram o ensino médio. Infere-se que o grau de instrução das entrevistadas é baixo. Quanto ao estado civil dessas mulheres, tem-se que 100% são casadas. 100% delas afirmaram ter descendentes, sendo que 20% têm 2 filhos(as), 60% têm 3 filhos(as) e 20% têm 9 filhos(as).

Quadro 1 – Caracterização da amostra

Faixa etária	51,6 anos	Média
Grau de instrução	Ensino fundamental I incompleto	60%
	Ensino médio completo	40%
Estado civil	Casada	100%
Tem filhos(as)	Sim	100%
Quantitativo de descendentes	2	20%
	3	60%
	9	20%

Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

Perfil socioeconômico

O objetivo desta seção consiste em identificar aspectos do perfil socioeconômico das entrevistadas que compuseram a amostra do presente trabalho, uma vez que é importante conhecer as nuances das mulheres que iniciam negócios, suas motivações para fazê-lo, os aspectos econômicos, as dificuldades enfrentadas por elas frente às adversidades do dia a dia de suas atividades empreendedoras, entre outras perspectivas acometidas por este estudo.

O Quadro 2 aborda a relação das respostas concedidas pelas entrevistadas, ao serem indagadas em uma pergunta aberta, sobre o conhecimento que elas tinham a respeito do termo “empreendedor”. Nota-se que essas mulheres, por motivos que podem estar relacionados ao seu baixo grau de instrução, desconhecem os principais conceitos de empreendedorismo difundidos na academia, mas ainda assim houve a definição por elas de conceitos próximos aos discutidos nas universidades sobre o tema.

Quadro 2 – Compreensão acerca do conceito de empreendedor

Entrevistada	Compreensão
Entrevistada 1	“Não sei o que é.”
Entrevistada 2	“Quem tem algum tipo de negócio... mexe com alguma coisa.”
Entrevistada 3	“É a pessoa que trabalha por conta própria.”
Entrevistada 4	“Não deu pra entender o que é não.”
Entrevistada 5	“Empreendedor pra mim é jeito de trabalhar... manter, né? Produzir alguma coisa... porque se não produzir, não tem como.”

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

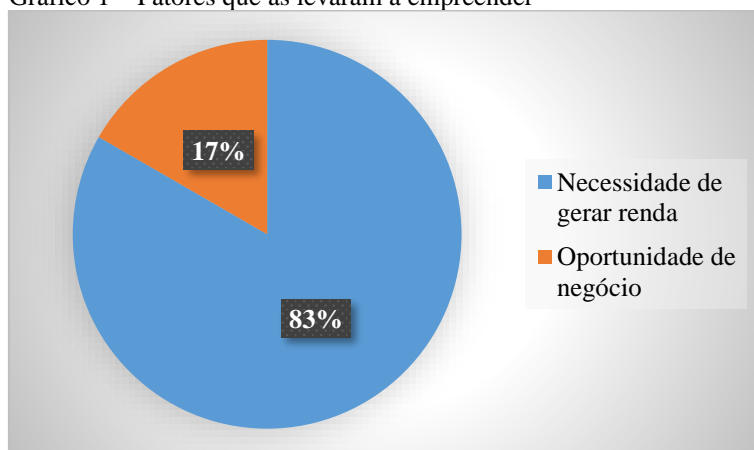
Ao verificar se as entrevistadas se consideravam empreendedoras, todas afirmaram que sim, embora algumas delas desconhecem os principais conceitos formais de empreendedorismo. Entretanto, ressalta-se que a maioria afirma que é ter “algum tipo de negócio” ou, ainda, que o empreendedor é aquela pessoa que “trabalha por conta própria” e também que é “um jeito de trabalhar”.

A fim de saber se são negócios recentes ou antigos, foram levantados os dados referentes ao tempo de atividade dos empreendimentos. Constatou-se que a maioria (60%) das feirantes

atua na feira livre de Araçuaí/MG há 20 anos ou mais, ultrapassando a taxa de sobrevivência das empresas, que é de 2 (dois) anos, de acordo com o Sebrae (2013) — ou seja, as bancas comerciais das empreendedoras já estão estabelecidas no mercado local.

Há diversos fatores que fazem os indivíduos adentrarem no mundo dos negócios. Como pode ser visualizado no Gráfico 1, 83% das agricultoras familiares alegaram que a motivação que as levaram a empreender foi a necessidade de gerar renda, e 17% afirmaram ter visualizado na abertura do negócio uma oportunidade de mercado. Tal dado confirma as pesquisas realizadas pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2018), apontando que no Brasil a entrada dos indivíduos no empreendedorismo se dá predominantemente em razão da busca pelo suprimento das suas necessidades.

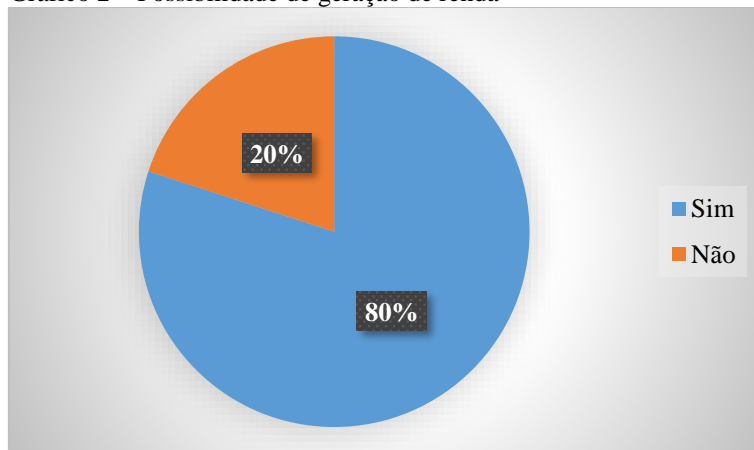
Gráfico 1 – Fatores que as levaram a empreender



Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

No tocante aos ganhos financeiros, depreende-se do Gráfico 2 que 80% das empreendedoras conseguem obter retorno financeiro com os seus negócios, enquanto 20% delas não conseguem. Nessa perspectiva, o resultado encontrado ressalta a importância da feira livre do município de Araçuaí/MG no que concerne à geração de trabalho e renda para as agricultoras feirantes que desempenham atividade profissional nesse local comercial. A feira livre ainda se configura como um espaço fundamental para a comercialização de produtos oriundos da agricultura familiar e é responsável por trazer dinâmica para a economia local (PEREIRA; BRITO; PEREIRA, 2017).

Gráfico 2 – Possibilidade de geração de renda

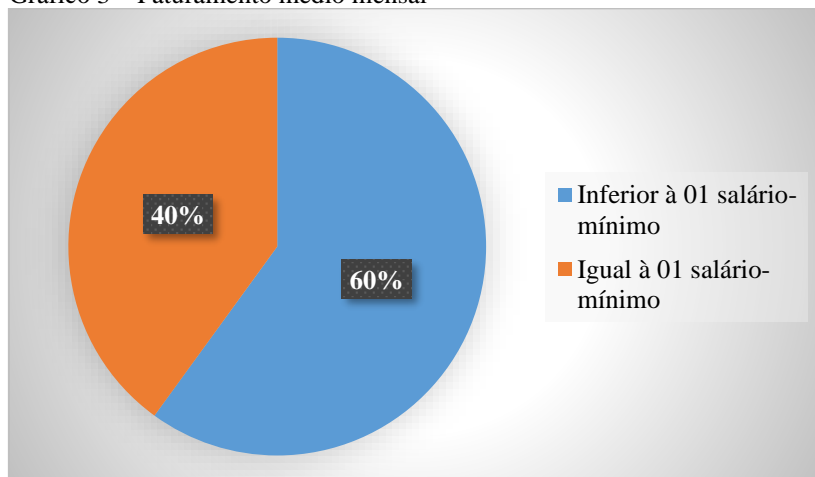


Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

Segundo Silva, Lasso e Mainardes (2016), com o avanço da inserção feminina no mercado de trabalho e a consequente alteração no ambiente familiar, a mulher passou a auxiliar na renda familiar. Contudo, no tocante à configuração da renda familiar das entrevistadas, 80% delas alegaram que os ganhos obtidos como feirantes configuram-se como a principal fonte de renda de seus domicílios, enquanto para apenas 20% delas os rendimentos financeiros auxiliam a complementar a renda de suas famílias. Desse modo, constata-se que a maior parte das empreendedoras podem ser identificadas como chefes de família, enquanto as demais possuem participação simultânea com seus cônjuges e parentes na contribuição para as despesas familiares.

Conforme aponta o Gráfico 3, mais da metade das empreendedoras obtêm o faturamento médio mensal equivalente a R\$ 1.100,00 (mil e cem reais), valor correspondente a um salário mínimo vigente em 2021. Já 40% das empreendedoras arrecadam por mês valores inferiores a esse. Percebe-se que os salários das agricultoras familiares são baixos. Tais números podem ser justificados por fatores como a crise financeira vivenciada no país, a concorrência, a inadimplência dos clientes, a dificuldade para fidelizar consumidores, a falta de clientela, a dificuldade de obter capital, a má gestão, entre outras causas (SILVA *et al.*, 2019).

Gráfico 3 – Faturamento médio mensal



Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

Ao serem indagadas se já sofreram preconceito pelo fato de serem mulheres, 100% das entrevistadas alegaram não ter percebido tal discriminação, refutando os achados de Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014). Tais autores argumentam sobre a forte barreira que as mulheres empreendedoras necessitam ultrapassar: o preconceito. O fato de estarem à frente de uma profissão tida como masculina pode gerar, por parte de outras pessoas, falta de credibilidade aos seus negócios.

Quanto às instituições financeiras, tal preconceito se reflete na dificuldade de as mulheres empresárias (com CNPJ) obterem linhas de crédito. Além disso, quando concedido, o valor médio do empréstimo é menor, e a taxa de inadimplência também é mais baixa, mas, ainda assim, elas pagam taxas de juros maiores (SEBRAE, 2019).

O Quadro 3 apresenta os problemas encontrados ao longo do processo empreendedor pelas agricultoras familiares entrevistadas. Destaca-se aqui o conflito para equilibrar as demandas do negócio e desempenhar os trabalhos domésticos, sendo este evidenciado por Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014) como um embate vivido tradicionalmente pela mulher empreendedora. Além da relação entre trabalho e família, demais dificuldades surgem no processo empreendedor feminino, tais quais o entrave para obter recurso financeiro e as barreiras para locomoção (classificadas como “Outro(a)” no Quadro 3). Essas dificuldades

atuam como força impeditiva para as proprietárias dos negócios alcançarem a manutenção ou o crescimento de seus empreendimentos (TEIXEIRA; BOMFIM, 2016).

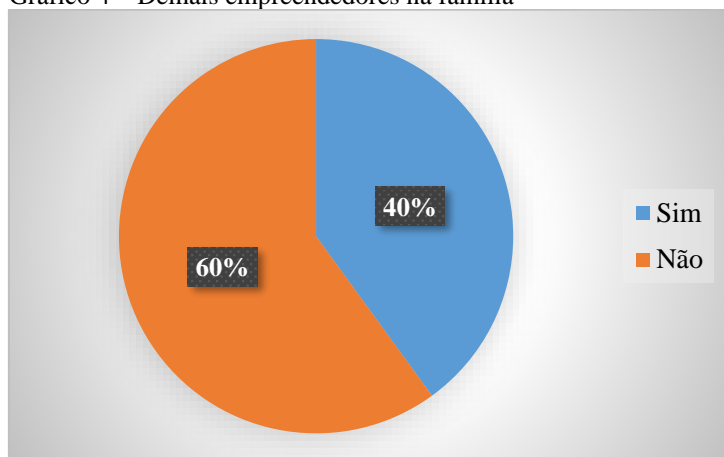
Quadro 3 – Dificuldades em estar à frente do negócio

Dificuldades	Quantitativo de entrevistadas
Dificuldade em conciliar o negócio e tarefas domésticas	2
Dificuldade financeira	1
Insegurança de que o negócio não desse certo	0
Falta de apoio da família e/ou amigos	0
Preconceito pelo fato de ser mulher	0
Não enfrentou nenhum obstáculo	1
Outro(a)	1

Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

Ao analisar o Gráfico 4, verifica-se que 60% das entrevistadas possuem outros empreendedores em suas composições familiares, enquanto 40% alegaram serem as únicas empreendedoras em suas famílias. Resultado similar também foi encontrado no estudo de Teixeira e Bomfim (2016).

Gráfico 4 – Demais empreendedores na família

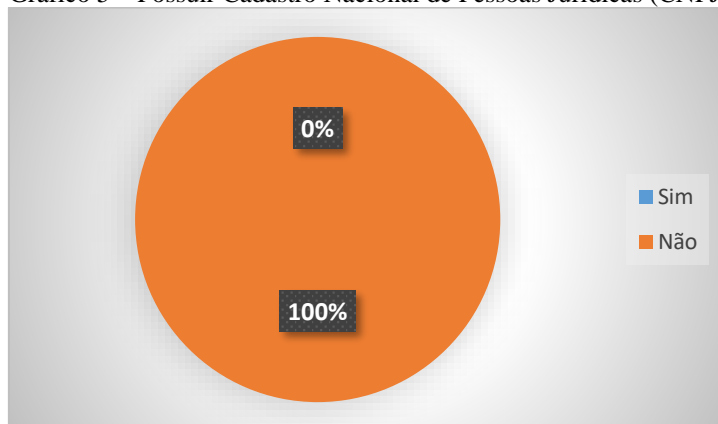


Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

Na percepção das respondentes, 80% encontram estímulos sociais positivos, por meio do auxílio de seus familiares, para desempenharem suas atividades profissionais, enquanto 20% afirmaram trabalhar sozinhas. Silva *et al.* (2019) salientam a importância do apoio familiar como gerador de inúmeros benefícios às empreendedoras — por exemplo, quanto à sensação de segurança e melhoria do gerenciamento das atividades desempenhadas por elas. Tais fatores podem contribuir para a ascensão dessas mulheres e maximizar suas chances de sucesso nos negócios, contribuindo para que eles prosperem no tão adverso mercado atual.

No Gráfico 5 pode ser visualizado que nenhuma das empreendedoras possui Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ). Esses dados reforçam a tese de que, apesar de a atitude empreendedora existir, ela ocorre, muitas vezes, em meio à informalidade. A constatação é sustentada nas evidências apontadas por Nassif, Ghobril e Amaral (2009), que atestam que o empreendedorismo no Brasil, muitas vezes, ocorre por necessidade, sem planejamento e formalização.

Gráfico 5 – Possuir Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ)



Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

No Quadro 4 a seguir, em que as respondentes poderiam marcar mais de uma opção, nota-se a autocompreensão delas quanto às características comportamentais empreendedoras, identificadas na literatura como dez comportamentos indispensáveis para iniciar negócios (OLIVEIRA; SILVA; ARAÚJO, 2014).

Constata-se que todas as características foram identificadas, demonstrando comportamentos empreendedores nas respondentes. Entretanto, por mais que essas características estejam presentes, percebeu-se a ausência de ferramentas estratégicas para o sucesso empreendedor. Dito em outras palavras, há vontade, sinergia e busca pelo empreendedorismo, mas faltam planejamento, conhecimento de técnicas de gestão e orientação para melhorar a capacidade empreendedora e desenvolver em plenitude as características empreendedoras dessas mulheres.

Quadro 4 – Autocompreensão quanto às características comportamentais empreendedoras

Características comportamentais empreendedoras	Número de respondentes
Busca de oportunidades e iniciativas	2
Persistência	3
Exigência de qualidade e eficiência	1
Independência e autoconfiança	3
Correr riscos calculados	1
Estabelecimento de metas	1
Busca de informações	2
Planejamento e monitoramento sistemáticos	1
Persuasão e rede de contatos	1
Comprometimento	2

Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

Considerações finais

Este trabalho teve como principal objetivo explorar a relação e a realidade empreendedora feminina das agricultoras familiares que desempenham atividade profissional na feira livre do município de Araçuai/MG. Também buscou-se verificar se esse ambiente comercial se comporta como um agente estimulador no que concerne à geração de trabalho e renda para as agricultoras familiares que possuem negócios nesse local.

Em síntese, do ponto de vista demográfico, a amostra deste artigo é composta por mulheres com idade média de 51,6 anos, baixo nível de escolaridade, casadas e que têm filhos(as).

Em relação ao perfil socioeconômico, tem-se que as sujeitas possuem uma compreensão

mínima acerca do que é ser empreendedora, se identificam com o termo, atuam na feira livre municipal há 20 anos ou mais, adentraram no mundo dos negócios pela necessidade de gerar renda, conseguem obter proventos financeiros nesse local comercial e podem ser consideradas arrimos de suas famílias.

Ao testar a hipótese central estabelecida no estudo, percebeu-se que a feira livre da cidade de Araçuaí/MG pode ser considerada um agente estimulador para a geração de renda da agricultura familiar de mulheres empreendedoras com bancas nesse local.

Como limitação, pode-se destacar a dificuldade de acesso às empreendedoras, o que resultou em um número baixo de respostas. Tal dificuldade pode estar relacionada ao contexto da pandemia de Covid-19 e suas implicações, como o *lockdown*. Outra limitação foi a utilização de uma amostragem por acessibilidade, o que não permite generalizar os resultados das análises realizadas. Apesar disso, o trabalho traz evidências que podem favorecer os estudos em empreendedorismo feminino no Brasil e, em especial, na microrregião pesquisada.

Por fim, sugere-se, para estudos posteriores, a realização de pesquisas qualitativas, para melhor percepção e compreensão em profundidade do perfil das empreendedoras que atuam na feira livre de Araçuaí/MG, enfatizando-se a importância do entendimento dos motivos pelos quais essas mulheres vêm se tornando empreendedoras. Também é recomendado pesquisar empreendedoras em diferentes setores de atividades econômicas e comparar os seus perfis e comportamentos, identificando-se o que é comum a elas e o que é peculiar de cada setor.

Referências

ANDRADE, M. M. de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**: elaboração de trabalhos na graduação. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, v. 16, n. 40, p. 221-234, 2014.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan. 2015. ISSN 2359-3539.

BAÑÓN-RUBIO, A.; LLORET-ESTEBAN, N. Cultural factors and gender role in female entrepreneurship. **Suma de Negocios**, v. 7, p. 9-17, 2016.

BEZERRA, G. J.; SCHLINDWEIN, M. M. Agricultura familiar como geração de renda e desenvolvimento local: uma análise para Dourados, MS, Brasil. **Interações (Campo Grande)**, Campo Grande, v. 18, n. 1, p. 3-15, mar. 2017.

BRACHT, D. E.; WERLANG, N. B. Competências empreendedoras: uma investigação com produtores rurais catarinenses. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, [S.l.], v. 4, n. 1, p. 101-124, jun. 2015. ISSN 2316-2058. Disponível em: <https://regepe.org.br/regepe/article/view/130>. Acesso em: 15 mar. 2020.

BRASIL. Senado Federal. Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006. Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato20042006/2006/lei/111326.htm. Acesso em: 6 mai. 2020.

BUI, H. T. M.; KUAN, A.; CHU, T. T. Female entrepreneurship in patriarchal society: motivation and challenges. **Journal of Small Business & Entrepreneurship**, v. 30, n. 4, p. 1-19, 2018.

CAMARGO, R. A. M. M. de; LOURENÇO, M. L.; FERREIRA, J. M. Mulheres empreendedoras no Brasil: quais seus medos? **RBN – Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, São Paulo, v. 20, n. 2, abr-jun. 2018, p. 178-193. ISSN 1806-4892. DOI: 10.7819/rbgn.v20i2.3578.

CARREIRA, S. *et al.* Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico. **NAVUS – Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 5, n. 2, p. 6-13, 2015.

CARVALHO, J. F. S. **Uma análise das fontes indutoras de inovação nas cervejarias especiais da região metropolitana de Belo Horizonte**. 2020. 152 f. Tese (Doutorado em Inovação Tecnológica e Biofarmacêutica). Instituto de Ciências Exatas, Universidade Federal de Minas Gerais, 2020.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. **Metodologia científica**. 6 ed. São Paulo: Pearson, 2007.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio. 2. ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva, 2007.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 6. ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.

FELISBINO, A. C. **Empreendedorismo feminino nas pequenas propriedades rurais**. 51 p. 2015. Monografia do Curso de Administração – Linha de Formação Específica em Administração de Empresas da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

FERREIRA, J. B.; LASSO, S. V.; MAINARDES, E. Características empreendedoras do produtor rural capixaba. **Gestão & Regionalidade**, v. 33, n. 99, 2017.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**. v. 34, n. 2, p. 5-28, abr-jun, 1999.

FRANCO, M. M. S. Empreendedorismo feminino: características empreendedoras das mulheres na gestão das micro e pequenas empresas. **Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE)**, 2014.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM). **Empreendedorismo no Brasil (Relatório nacional)**. 2018.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

TOMEI, P. A.; ARANTES, A. L. A. S. Análise das barreiras que dificultam a transformação do agricultor familiar em empreendedor rural no contexto brasileiro. **Revista Iberoamericana de Estratégia**, vol. 13, n. 3, 2014, pp.107-122.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Censo Demográfico, 2010. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/Tabela/1309#resultado>. Acesso em: 15 mar. 2020.

JAZAR, F. W. **Constituição da subjetividade da mulher empreendedora rural**. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Paraná. Curitiba, p. 130, 2015.

KOTZKO, A. M. Empreendedorismo rural: a feira de produtores rurais como incentivo para inovação na agricultura familiar no município de Prudentópolis-PR. In: XX ENGEMA, 2018, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: FEA USP, 2018, p. 1-15. Disponível em: <http://engemausp.submissao.com.br/20/anais/arquivos/140.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2020.

LANDSTROM, H.; BENNER, M. Entrepreneurship research: a history of scholarly migration. In: LANDSTROM, H.; LOHRKE, F. (org). **Historical foundations of entrepreneurship research**. Great Britain: Edward Elgar Publishing. pp. 15-45, 2010.

MINELLO, I. F.; BÜRGER, R. E.; KRÜGER, C. Características comportamentais empreendedoras: um estudo com acadêmicos de administração de uma universidade brasileira. **Revista de Administração**, Santa Maria, v. 10, 2017.

MORAES, R. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

NASSIF, V. M. J.; GHOBIL, A. N.; DO AMARAL, D. J. Empreendedorismo por necessidade: o desemprego como impulsionador da criação de novos negócios no Brasil. **Pensamento & Realidade**, v. 24, n. 1, 2009.

OLIVEIRA, A. B. B. *et al.* O empreendedorismo rural na cajucultura: um estudo de caso. **HOLOS**, [S.l.], v. 5, p. 116-139, nov. 2018. ISSN 1807-1600.

OLIVEIRA, J. H. dos A. Empreendedorismo feminino. **Revista Fatec Sebrae em debate – gestão, tecnologias e negócios**, v. 3, n. 5, p. 131-131, 2016.

OLIVEIRA, J. R. C. de; SILVA, W. A. C; ARAUJO, E. A. T. Características comportamentais empreendedoras em proprietários de mpes longevas do Vale do Mucuri e Jequitinhonha/MG. **RAM, Rev. Adm. Mackenzie**, São Paulo, v. 15, n. 5, p. 102-139, out. 2014.

PEREIRA, V.; BRITO, T.; PEREIRA, S. A feira-livre como importante mercado para a agricultura familiar em Conceição do Mato Dentro (MG). **Revista Ciências Humanas**, v. 10, n. 2, 2017.

PINKOVETSKAIA I. S.; KRYUKOVA, L. I.; ARBELÁEZ CAMPILLO, D. F.; ROJAS-BAHAMON, M. J. Female entrepreneurship: types of economic activity. **Journal of History Culture and Art Research**, v. 8, n. 2, p. 253-265, 2019.

ROCHA, L. D. **A diversidade na produção de alimentos da agricultura familiar no interior do município de Três Passos**. 2013. 66 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso Superior de Tecnologia em Desenvolvimento Rural) – Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Três Passos, 2013.

SCHUMPETER, J. **A teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Empreendedorismo Feminino no Brasil**. 2019. Disponível em:

https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019_v5.pdf. Acesso em: 10 mar. 2020.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Micro e pequenas empresas. 2013. Disponível em:

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Busca?q=%20micro%20e%20pequenas%20empresas>. Acesso: mar.2021.

SILVA, M. S. da; LASSO, S. V.; MAINARDES, E. W. Características do empreendedorismo feminino no Brasil. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, Novo Hamburgo, v. 13, n. 2, p. 150-167, dez. 2016. ISSN 2446-6875. DOI: <https://doi.org/10.25112/rgd.v13i2.370>.

SILVA, P. M. M. da. *et al.* A resiliência no empreendedorismo feminino. **Gestão e Sociedade**, v. 13, n. 34, dez. 2019.

SILVA, T. G. R. da. **Empreendedorismo feminino**: um estudo com mulheres do município de Criciúma, SC. 2018. 70 páginas. Monografia do Curso de Administração – Linha de Formação Específica em Administração de Empresas da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

SOFER, M.; SAADA, M. A. T. Entrepreneurship of women in the rural space in Israel: catalysts and obstacles to enterprise development. **Sociologia Ruralis**, v. 0, n. 0, p. 1-22, 2016.

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. **Rev. Bras. Pesq. Tur.**, São Paulo, v. 10, n. 1, p. 44-64, 2016.

VALE, G. M. V.; CORRÊA, V. S.; REIS, R. F. dos. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade. **RAC – Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 3, p. 311-327, 2014.

VERGA, E.; SILVA, L. F. S. da. Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n. 3, p. 3-30, 2014. DOI: <http://dx.doi.org/10.14211/regepe.v3i3.161>.

YIN, R. K. **Pesquisa qualitativa do início ao fim**. Porto Alegre: Penso, 2016.

WU, J.; YAOKUANG, LI.; ZHANG, D. Identifying women's entrepreneurial barriers and empowering female entrepreneurship worldwide: a fuzzy-set QCA approach. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 15, p. 905-928, 2019.