

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS
INSTITUTO DE NATUREZA E CULTURA
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

NATHACHA TELLO RAMOS

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA ANÁLISE DO PERFIL E REALIDADE
DAS MULHERES FEIRANTES NA FEIRA COBERTA DO PRODUTOR
“RAIMUNDO FREITAS” NO MUNICÍPIO DE BENJAMIN CONSTANT –
AMAZONAS**

**Benjamin Constant - AM
2021**

NATHACHA TELLO RAMOS

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA ANÁLISE DO PERFIL E REALIDADE
DAS MULHERES FEIRANTES NA FEIRA COBERTA DO PRODUTOR
“RAIMUNDO FREITAS” NO MUNICÍPIO DE BENJAMIN CONSTANT –
AMAZONAS**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado como requisito parcial para a obtenção
do título de Bacharel em Administração pelo
Instituto de Natureza e Cultura (INC) da
Universidade Federal do Amazonas (UFAM).

Orientador: Prof.º M.Sc. Ciderjânio Farling Salvador da Costa

**Benjamin Constant - AM
2021**

Ficha Catalográfica

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

R175e Ramos, Nathacha Tello
Empreendedorismo feminino : uma análise do perfil e realidade das mulheres feirantes na feira coberta do produtor "Raimundo Freitas" no município de Benjamin Constant - Amazonas / Nathacha Tello Ramos . 2021
93 f.: il. color; 31 cm.

Orientador: Ciderjânio Farling Salvador da Costa
TCC de Graduação (Administração) - Universidade Federal do Amazonas.

1. Empreendedorismo feminino . 2. Mulher e trabalho. 3. Mulheres feirantes. 4. Feiras livres. I. Costa, Ciderjânio Farling Salvador da. II. Universidade Federal do Amazonas III. Título

NATHACHA TELLO RAMOS

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA ANÁLISE DO PERFIL E REALIDADE
DAS MULHERES FEIRANTES NA FEIRA COBERTA DO PRODUTOR
“RAIMUNDO FREITAS” NO MUNICÍPIO DE BENJAMIN CONSTANT –
AMAZONAS**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado como requisito parcial para a obtenção
do título de Bacharel em Administração pelo
Instituto de Natureza e Cultura (INC) da
Universidade Federal do Amazonas (UFAM).

Aprovado em 02 de julho de 2021

BANCA EXAMINADORA

Prof.º M.Sc. Ciderjânio Farling Salvador da Costa – Orientador/Presidente
Universidade Federal do Amazonas

Prof. M.Sc. Juvan Reis Nogueira – Membro
Universidade Federal do Amazonas

Prof. M.Sc. Francisco Olímpio de Souza – Membro
Universidade Federal do Amazonas



**Ata de sessão pública para apresentação e
defesa de Trabalho de Conclusão de Curso –
TCC.**

Aos dois dias do mês de julho do ano de dois mil e vinte e um, às doze horas, via plataforma Google Meet foi realizada a sessão pública de apresentação e defesa do Trabalho de Conclusão de Curso – TCC da discente **Nathacha Tello Ramos** do Curso de Administração do Instituto de Natureza e Cultura – INC da Universidade Federal do Amazonas – UFAM, na cidade de Benjamin Constant, requisito para obtenção de título de Bacharel em Administração, de acordo com o Regimento do Curso. A Banca Examinadora foi composta pelos seguintes membros: Prof. MSc. Ciderjânio Farling Salvador da Costa (Presidente), Prof. MSc. Francisco Olímpio de Souza e o Prof. MSc. Juvan Reis Nogueira (membros). Após a explanação do tema: **“EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA ANÁLISE DO PERFIL E REALIDADE DAS MULHERES FEIRANTES NA FEIRA COBERTA DO PRODUTOR “RAIMUNDO FREITAS” NO MUNICÍPIO DE BENJAMIN CONSTANT – AMAZONAS”**, a discente foi arguida pelos professores da banca examinadora tendo respondido satisfatoriamente às perguntas formuladas. Em decorrência o TCC foi aprovado com nota 10,0. Esta aprovação está condicionada à incorporação das recomendações feitas pela Banca no prazo regimental de dez dias. A sessão foi encerrada às treze horas. A ata foi lavrada e será assinada pela Banca e pela discente.

Candidata:

Nathacha Tello Ramos - Discente

Banca:

Prof. MSc. Ciderjânio Farling Salvador da Costa – INC/UFAM

Prof. MSc. Francisco Olímpio de Souza – INC/UFAM

Prof. MSc. Juvan Reis Nogueira – INC/UFAM

Dedico TODO este trabalho aos meus pais pelo amor e carinho por estarem firmes e confiarem na minha capacidade, e em toda minha família e amigos. E em especial aos meus pais Aldiley Da Silva Ramos e Lurdes Eugênia Caren Tello, a minha avó Maria Artinicia Brota Da Silva que me deram força na hora que pensei em desistir dos estudos na faculdade.

AGRADECIMENTOS

À Deus, por iluminar os meus caminhos e me proporcionar a vida.

Em especial aos meus amados pais Aldiley da Silva Ramos e Lurdes Eugênia Caren Tello, a minha avó Maria Artinicia Brotas da Silva, aos meus irmãos Aldiley Tello Ramos Junior, Aldilene Tello Ramos e Augusto Tello Ramos, ao meu tio Alnildo Brotas da Silva, aos meus sobrinhos Ágatha Victória dos Santos Ramos, André de Souza Ramos, Augusto Júnior de Lima Ramos e Erick de Souza Ramos que acreditaram em minha capacidade, mas que nunca deixaram de acreditar em mim, me enchendo de força, coragem, fé e alegria. Incentivando-me e dando-me força nas horas em que pensei em desistir.

Aos meus familiares que acreditaram em mim e que fazem parte dessa vitória “o término dessa graduação”.

À UFAM, por ter me aberto as portas para minha graduação para aprender e conhecer a realidade da vida;

Aos meus amigos de curso, em especial Neuziane Freitas de Souza, Silvana Falcão da Silva, Savanna Pereira de Oliveira, Vitor Carvalho Ferreira Filho, Clara Patrícia Garcia Huanquiri e Lens Octavio de Almeida, Maria Eloíza, Maria Francisca, João Curintima, Rodrigo Curintima, Dayane Nunes, Francisco Micael, que sempre me deram uma mão amiga, em especial por sua parceria e incentivo;

Aos meus amigos que de alguma forma estiveram e estão próximo de mim, em especial Alisson Lucas Mateus, Anny Katharine Mesquita dos Santos, Jessiane Campos Freitas, Rodrigo Noronha Barbosa, Sebastiana Oliveira, que sempre me deram apoio, conselhos, incentivos para continuar e principalmente me deram uma mão amiga nos momentos bons e ruins, fazendo minha vida valer cada vez mais a pena;

Agradeço à equipe e Família MK Contabilidade que me deram conselhos e incentivos para nunca desistir, em especial Sr. Marcelo Jean da Silva, Mayra Campelo, Kaynnan Gonçalves, Mônica Jean, Rosimara de Paula.

E agradecer à todos os docentes que ministraram cada disciplina do Curso de Administração ofertada para a turma com muito esforço e algumas dificuldades mais sempre bem proveitosa;

Ao meu orientador, Prof. M.Sc. Ciderjânio Farling Salvador da Costa, pela paciência, pela confiança, compreensão e por me guiar na trilha da construção do conhecimento;

Aos meus personagens e protagonistas de pesquisa que contribuíram com a possibilidade de fazer este trabalho;

Em especial às mulheres trabalhadoras da Feira Coberta do Produtor “Raimundo Freitas” no município de Benjamin Constant - AM.

“Em sociedade empreendedora, os indivíduos enfrentam um enorme desafio, desafio este que precisam explorar como sendo oportunidade: a necessidade por aprendizado e reaprendizado continuados.” – PETER DRUCKER

RESUMO

O empreendedorismo feminino é uma tendência que está alavancado de maneira crescente, e que inspira cada vez mais as mulheres abrirem seus próprios negócios, conquistando seu próprio espaço e buscando a liderança feminina, o reconhecimento, acolhimento e o respeito no mercado de trabalho. As feiras livres são espaços de importância comercial e cultural bem como de inclusão social, em especial para muitas mulheres. O presente trabalho é uma análise do perfil e realidade das mulheres feirantes na Feira Coberta do Produtor “Raimundo Freitas”, situada na Avenida Castelo Branco, no Centro, zona urbana do município de Benjamin Constant, no Estado do Amazonas, na microrregião do Alto Solimões, na tríplice fronteira Brasil, Peru e Colômbia. Teve como objetivo geral analisar e compreender o perfil e realidade econômica das feirantes que atuam na “feira livre”. E seus objetivos específicos foram: identificar as características empreendedoras das feirantes; definir os motivos pelos quais ingressaram nesse setor, bem como o interesse na formalização dos seus empreendimentos; e descrever os desafios das feirantes em empreender. A abordagem dada à esta pesquisa constituiu-se de natureza quantitativa e qualitativa, sendo que o instrumento utilizado para a coleta de dados foi o questionário estruturado com perguntas abertas e fechadas e o procedimento de observação de campo, para facilitar a coleta da tabulação dos dados e conhecer melhor objeto de estudo, contendo 51 feirantes como amostra para o alcance da análise e discussão dos resultados. Os resultados da pesquisa indicam, sobretudo, que as mulheres investigadas, muitas vezes, apresentam-se como mantedoras de seus lares. A opção por se tornar feirante, em muitos casos, surgiu da necessidade, da falta de oportunidades de trabalho. No entanto, através de trabalho árduo, elas se inseriram neste mercado, que faz poucas exigências de qualificação. Essas mulheres transpuseram e continuam transpondo no cotidiano, inúmeras dificuldades para se manter economicamente ativas, sem buscar apoio de instituições que colabore para o crescimento de seu pequeno negócio. Com sustentação para este trabalho, teóricos como: Coutinho, Chiavenato, Demo, Dornelas, Figueiredo, Joseph Schumpeter entre outros teóricos que foram fundamentais para dar o suporte e compreensão necessária para esta pesquisa.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino. Mulher e Trabalho. Mulheres Feirantes. Feiras livres.

RESUMEN

El emprendimiento femenino es una tendencia cada vez más apalancada, y que cada vez más inspira a las mujeres a abrir sus propios negocios, conquistando su propio espacio y buscando el liderazgo femenino, el reconocimiento, la aceptación y el respeto en el mercado laboral. Las ferias abiertas son espacios de importancia comercial y cultural así como de inclusión social, especialmente para muchas mujeres. El presente trabajo es un análisis del perfil y realidad de las mujeres comercializadoras en la Feria Cubierta “Raimundo Freitas”, ubicada en la Avenida Castelo Branco, en el centro, área urbana del municipio de Benjamín Constant, en el Estado de Amazonas, en la microrregión de Alto Solimões, en la triple frontera de Brasil, Perú y Colombia. Su objetivo general fue analizar y comprender el perfil y la realidad socioeconómica de los comercializadores que trabajan en el “mercado libre”. Y sus objetivos específicos fueron: identificar las características empresariales de los comercializadores; definir las razones por las que ingresaron a este sector, así como su interés en formalizar sus emprendimientos; y describir los desafíos que deben afrontar los especialistas en marketing. El enfoque dado a esta investigación fue cuantitativo y cualitativo, y el instrumento utilizado para la recolección de datos fue el cuestionario estructurado con preguntas abiertas y cerradas y el procedimiento de observación de campo, para facilitar la recolección de la tabulación de datos y conocer mejor el objeto de estudio, que contiene 51 expositores como muestra para el alcance del análisis y discusión de los resultados. Los resultados de la encuesta indican, sobre todo, que las mujeres investigadas suelen presentarse como las dueñas de sus hogares. La opción de convertirse en comercializador, en muchos casos, surgió por la necesidad, la falta de oportunidades laborales. Sin embargo, a través del trabajo duro, ingresaron a este mercado, que tiene pocos requisitos de calificación. Estas mujeres han transpuesto y siguen transponiendo en su día a día innumerables dificultades para mantenerse económicamente activas, sin buscar el apoyo de instituciones que colaboren con el crecimiento de su pequeña empresa. Apoyando este trabajo, teóricos como: Coutinho, Chiavenato, Demo, Dornelas, Figueiredo, Joseph Schumpeter, entre otros teóricos, que fueron fundamentales para brindar el sustento y entendimiento necesarios para esta investigación.

Palabras clave: Emprendimiento femenino. Mujer y trabajo. Mujeres comercializadoras. Ferias gratuitas.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Mapa da cidade de Benjamin Constant – AM com localização da Feira Coberta do Produtor "Raimundo Freitas"	48
---	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Gênero.....	51
Gráfico 2 - Estado civil das entrevistadas	52
Gráfico 3 - Nacionalidade das feirantes	53
Gráfico 4 - Naturalidade das feirantes.....	54
Gráfico 5 - Faixa etária das entrevistadas.....	55
Gráfico 6 - Nível de escolaridade das feirantes.....	56
Gráfico 7 - Tempo de residência no município de Benjamin Constant.....	57
Gráfico 8 - Período em atividade como feirante	58
Gráfico 9 - Profissão anterior.....	59
Gráfico 10 - Motivo que levou a trabalhar como feirante.....	60
Gráfico 11 - Origem do recurso utilizado para abertura do empreendimento.....	62
Gráfico 12 - Motivo pelo qual não formalizou o empreendimento	63
Gráfico 13 - Ocorrência de participação em associações de classe	64
Gráfico 14 - Desafios da profissão feirante	69
Gráfico 15 - Renda fixa mensal individual	70
Gráfico 16 - Tipos de auxílios governamentais recebidos.....	71
Gráfico 17 - Identificação das pessoas que ajudam no estabelecimento.....	72
Gráfico 18 - Categorias de produtos comercializados e grau de importância	73
Gráfico 19 - Definição dos tipos de feirante	75

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Classificação da população geral e estudada	45
--	----

LISTA DE SIGLAS

CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas

FGTS – Fundo de Garantia do Tempo de Serviço

GEM – Global Entrepreneurship Monitor

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

INSS – Instituto Nacional do Seguro Social

MEI – Microempreendedor Individual

MEC – Ministério da Educação

ONU – Organização das Nações Unidas

OTI – Organização Internacional do Trabalho

PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SEMAF – Secretária Municipal de Agricultura Abastecimento e Fomento a Micro e Pequena Empresa

TTE – Taxa de Empreendedorismo Total

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
1 REFERENCIAL TEÓRICO	17
1.1 EMPREENDEDORISMO	17
1.1.1 Contexto histórico de empreendedorismo	17
1.1.2 Conceitos de Empreendedorismo	19
1.1.3 Características e Habilidades do Empreendedor	20
1.1.4 Tipos de Empreendedores	21
1.2 EMPREENDEDORISMO FORMAL	26
1.3 EMPREENDEDORISMO INFORMAL	27
1.4 EMPREENDEDORISMO FEMININO	28
1.4.1 Mulher e trabalho	33
1.4.2 Disparidade de gênero em empreendedorismo	36
1.4.3 Feira livres	38
2 METODOLOGIA	41
2.1 NATUREZA DA PESQUISA	41
2.2 TIPO DA PESQUISA	42
2.3 TÉCNICAS DA PESQUISA	43
2.4 POPULAÇÃO E AMOSTRA	44
2.5 LOCAL DA PESQUISA	47
2.6 ORGANIZAÇÃO DA ANÁLISE DOS RESULTADOS	48
3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	50
3.1 PERFIL DAS MULHERES FEIRANTES E COMO INGRESSARAM NESTE RAMO DE NEGÓCIO	50
3.2 ORIGEM DOS RECURSOS UTILIZADOS PARA ABERTURA DO EMPREENDIMENTO, EXISTÊNCIA DE FORMALIZAÇÃO COMO MEI, E PARTICIPAÇÃO EM ASSOCIAÇÕES	61
3.3 IDENTIFICAÇÃO DOS PRINCIPAIS DESAFIOS E SITUAÇÃO ECONÔMICA DA RENDA FIXA MENSAL DAS FEIRANTES	68
3.4 PRODUTOS MAIS COMERCIALIZADOS EM ORDEM DE IMPORTÂNCIA E A CATEGORIZAÇÃO DAS FEIRANTES	72
CONSIDERAÇÕES FINAIS	76
REFERÊNCIAS	79
APÊNDICE	86
ANEXOS	91

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um fenômeno que surge da criatividade, necessidades, sonhos de pessoas que buscam empreender e transformar estes em negócio, conseqüentemente, se torna uma ferramenta importante para desenvolvimento da economia, gerando empregos ou renda para população por meio de empreendimentos.

O empreendedorismo feminino é uma tendência que está alavancado de maneira crescente, e que inspira cada vez mais, às mulheres abrirem seus próprios negócios, conquistando seu próprio espaço e buscando a liderança feminina, o reconhecimento, acolhimento e o respeito no mercado de trabalho.

Além disso é importante ressaltar que o empreendedorismo feminino é um instrumento de suma importância para diminuição das desigualdades, valorização, diversidades, transformação social, e para a contribuição desenvolvimento do local por meio do negócio, como também é uma forma de sustentar a família. Ganhando destaque no mercado de trabalho, sendo assim, importante para o novo cenário econômico, político e social.

Ao estudar a história da inserção das mulheres no empreendedorismo, precisamos entender a sua evolução no mercado de trabalho. Durante a trajetória houve muitas mudanças onde mulheres passaram assumir tarefas que diferem do ambiente familiar e passam a fazer parte no mercado de trabalho. Antigamente, as mulheres eram consideradas incapazes de trabalharem fora de casa, pois era um perfil somente permitido aos homens.

A mulher cada vez mais está em crescimento consistente na sociedade atual, determinada muitas vezes pelos próprios ideais de ser independente financeiramente e agregando um papel fundamental da manutenção do sustento familiar, buscando uma forma de trabalhar na sociedade, mostrando que a luta das mulheres por melhores condições de vida é antiga, mas atualmente o que mais percebemos são as mulheres conquistando seu espaço no mundo dos negócios, onde cada uma delas se esforça para desenvolver o seu empreendimento.

Com isto, as feiras livres são locais propícios para inserção inicial no mercado de trabalho, uma vez que as atividades ali desenvolvidas não exigem muita capacitação e experiência, para começar um negócio e principalmente um ambiente

que cada vez mais as mulheres estão inseridas através da força de vontade e criatividade de empreender.

Neste trabalho abordaremos sobre o empreendedorismo feminino: uma análise do perfil e realidade das mulheres feirantes na Feira Coberta do Produtor “Raimundo Freitas” no município de Benjamin Constant– Amazonas, para o desenvolvimento local e que vem ocupando espaço em diversos fatores, tais como inovações no mercado, crise econômica, social, política. A cultura empreendedora no mundo, em meio à crise capacita e inspira as pessoas a empreender.

A justificativa para o estudo em relação à temática encontra-se em meio à crise, ao desemprego e a falta de oportunidade de formalizar um empreendimento, surge o empreendedorismo feminino, assim as feiras livres são espaços de importância comercial e cultural bem como de inclusão social, em especial para muitas mulheres. Existem diversos motivos pelos quais a inclusão da mulher no mercado de trabalho deve ser estudada e analisada, pois produz um forte impacto nas relações sociais, e implica em uma mudança de modelo familiar e cultural.

A realidade percebida sobre atuação das feirantes no município de Benjamin Constant-AM, com as recentes crises vem gerando impactos negativos em sua permanência ativa, fazendo-se o seguinte questionamento: Qual o perfil e realidade econômica das feirantes que atuam como empreendedoras na Feira Coberta do Produtor no município de Benjamin Constant no Estado do Amazonas?

Dessa forma, este trabalho teve como objetivo geral analisar e compreender o perfil e realidade econômica das feirantes que atuam na “feira livre”. E seus objetivos específicos foram: identificar as características empreendedoras das feirantes; definir os motivos pelos quais ingressaram nesse setor, bem como o interesse na formalização dos seus empreendimentos; e descrever os desafios das feirantes em empreender.

O presente trabalho apresenta as seguintes etapas que são importantes para sua discussão e compreensão: o primeiro capítulo que apresenta o referencial teórico, contendo o embasamento literário das obras lidas para contextualização das principais características e temáticas para a pesquisa, o segundo capítulo, aborda os procedimentos metodológicos aplicados para realização do estudo, e o terceiro capítulo demonstra a análise e discussão dos resultados do trabalho e por fim as considerações finais apresentando uma síntese sobre a proposta pesquisada.

CAPÍTULO I

1 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo será abordado acerca do Empreendedorismo Feminino: uma análise do perfil e realidade das mulheres feirantes da Feira Coberta do Produtor “Raimundo Freitas”, fazendo uma contextualização por meio de livros e artigos do referido assunto estudado. Com isto, as temáticas estudadas, discutidas e apresentadas são: contexto histórico e conceitos de empreendedorismo, características e habilidades do empreendedor, tipos de empreendedores, conceitos de empreendedorismo formal, conceitos de empreendedorismo informal, conceitos de empreendedorismo feminino, mulher e trabalho, disparidade de gênero em empreendedorismo, feiras livres.

1.1 EMPREENDEDORISMO

1.1.1 Contexto histórico de empreendedorismo

Diante da sociedade em que vivemos com o alto índice de desemprego, muitos vivem situações e ações são tomadas para assegurar a sustentabilidade familiar, muitos pais de família que não tem renda alguma procuram, o empreendedorismo para investir em negócios para garantir o sustento da família. Para Gartner (1989) “a palavra empreendedorismo vem de empreender, que por sua vez nasceu do francês *Entrepreneur*, que se significa ‘pessoa que assume risco’”. A palavra foi usada pela primeira vez, pouco depois da época dos descobrimentos, por volta do ano de 1725”. A ideia fez na época tomar rumos ao empreendedorismo trazendo benefícios no desenvolvimento econômico perante a sociedade capitalista.

Voitto (2019) afirma que:

O empreendedorismo surgiu no século XVII com o início da industrialização que ocorria por todo o mundo devido a Primeira Revolução Industrial que ocorreu na Grã Bretanha. Com a mudança do sistema econômico, os empreendedores passaram a se distinguir dos fornecedores de capital, os

capitalistas. À época, os pioneiros firmaram contrato com os órgãos governamentais para introduzir novos produtos no mercado com seus próprios planos de negócios e investimento, sem a participação dos agentes capitalistas. (VOITTO, 2019, p. 16).

Assim com os investimento e contratos o empreendedorismo foi se desenvolvendo, assumindo riscos financeiros, psicológicos e sociais, e colaborando com o desenvolvimento econômico mundial pela transformação criativa, diferenciada e cada vez mais valorizada de recursos em negócios lucrativos (VOITTO, 2019).

No Brasil o empreendedorismo deu-se através de capitalistas e fornecedores estrangeiros e o aumento da competitividade resultantes da abertura econômica promovida pela política Neoliberal no início dos anos 90 alavancou o empreendedorismo no Brasil. Os setores econômicos e produtivos que perderam espaços por não conseguirem competir com os preços praticados pelos importadores passaram a investir em conceitos e métodos do empreendedorismo na criação de novas empresas, novos negócios e produtos inovadores (VOITTO, 2019).

Também, durante a década de 90, foram criados cursos técnicos profissionalizantes, superiores e de pós-graduação com foco nas áreas de conhecimento para o fomento do empreendedorismo nacional como estes, entre outros, administração, gestão de negócios, gerenciamento administrativo e financeiro, ferramentaria, Marketing, operação de máquinas, logística, vendas (VOITTO, 2019).

Segundo um estudo do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), 2016 a 2020, são criados mais de 1,2 milhão de novos empreendimentos formais a cada ano, sendo 99% destes: micro e pequenas empresas e empreendedores individuais, no Brasil existe algo em torno de 52 milhões de empreendedores atuantes em diversos modelos de negócios e de empresas nos diferentes setores da economia.

Esses dados demonstram que para se ingressar nesse mercado e usufruir tudo o que o empreendedorismo escolhido pode lhe oferecer para sua realização profissional, financeira e pessoal é fundamental investir em algo novo que tenha perfeita sintonia entre o tipo de empreendedorismo escolhido e o seu perfil de empreendedor.

Diante deste contexto histórico sobre o empreendedorismo, vamos conhecer conceitos sobre empreendedorismo, pois acreditamos que para ser um grande

empreendedor, precisa conhecer o ramo e se identificar com os mesmos, buscando assim inovar o mercado de trabalho.

1.1.2 Conceitos de Empreendedorismo

Lischeron (1991) afirma que:

Empreendedorismo é a capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade. Pode ser um negócio, um projeto ou mesmo um movimento que gere mudanças reais e impacto no cotidiano das pessoas.

Visamos o empreendedorismo como meio de desenvolvimento econômico e captação de renda para a sustentabilidade, motivando homens e mulheres à práticas econômicas saudáveis dentro do mercado econômico para garantir sua renda, onde o empreendedorismo torna-se um desafio no mercado de trabalho para muitos.

Segundo o teórico Schumpeter (2015), empreendedorismo está diretamente associado à inovação. Para Schumpeter, o empreendedor é o responsável pela realização de novas combinações. A introdução de um novo bem, a criação de um método de produção ou comercialização e até a abertura de novos mercados, são algumas atividades comuns do empreendedorismo. Isso significa que “a essência do empreendedorismo está na percepção e no aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios”.

O Brasil apresenta grande potencial para o empreendedorismo. De acordo com A Global Entrepreneurship Monitor (GEM), a Taxa de Empreendedorismo Total no Brasil é de 38% (2018). São 52 milhões de brasileiros se dedicando ao próprio negócio. A pesquisa também mostra que, comparado com os países do BRICS, o Brasil apresenta a maior taxa. A China é o segundo colocado na listagem, com 26,7%. Diante dos outros 49 países listados em todo levantamento, o Brasil segue bem posicionado.

Dentro dos estudos sobre empreendedorismo, entende-se como empreendedor alguém que começa algo novo, que enxerga oportunidades que ninguém viu até o momento. Em outras palavras, é aquela pessoa que busca, que

sonha, que almeja entrar no mercado de trabalho e se tornar independente através de suas ações e sem perceber entrou no ramo do empreendimento. Portanto, um empreendedor é um realizador que coloca em prática novas ideias, por meio de criatividade. Isso, muitas vezes significa mudar tudo o que já existe, inclusive sua rotina de vida. Já viu aquelas pessoas que conseguem transformar crises em oportunidades e que influenciam os outros com suas ideias? Provavelmente são bons empreendedores.

Aproveitar as oportunidades do mercado e transformar crises em oportunidade é uma característica do brasileiro. Dados do Relatório de Empreendedorismo no Brasil de 2018, mostram que houve um aumento no número de pessoas que empreendem por oportunidade. De acordo com o levantamento, 61,8% dos empreendedores abriram o próprio negócio porque identificaram uma oportunidade. O dado é o maior desde 2014, quando atingiu a marca de 70,6%. Enquanto isso, a necessidade tem influenciado cada vez menos a decisão de empreender. O índice caiu para 37,5% em 2018. A menor taxa desde 2014.

A pesquisa também mostra que houve um crescimento no número de jovens empreendedores. De 2017 para 2018, a participação de pessoas de 18 a 24 anos subiu de 18,9% para 22,2%. Os jovens estão mais interessados em ter o próprio negócio e colocar suas ideias em prática, criando soluções inovadoras para a sociedade. Mas como identificar um empreendedor? Veja a seguir quais são as características presentes nesse perfil.

Através dos conceitos sobre empreendedorismo, o estudo nos remete a conhecer mais sobre a temática, nesse subtema a seguir, buscamos conhecer as características ou perfil de empreendedores, destacando suas habilidades e seus conhecimentos no ramo do empreendimento.

1.1.3 Características e Habilidades do Empreendedor

Ninguém nasce empreendedor. É o contato social e estudos que favorecem o desenvolvimento de talentos e características na personalidade, que podem ser fortalecidos ao longo da vida, segundo Menezes (2003). Todos os contatos e referências irão influenciar diretamente no nível de empreendedorismo de uma

pessoa, já que um empreendedor é um ser social. Abaixo, elencamos algumas peculiaridades encontradas nos diversos perfis de empreendedores.

Otimismo: não confunda otimista com sonhador. O otimista sempre espera o melhor e acredita que tudo vai dar certo no final, mas faz de tudo para chegar aos seus objetivos. Isso inclui, claro, mudanças em seu negócio. Já o sonhador não enxerga riscos, e mesmo que seu negócio esteja falindo, continua fazendo a mesma coisa por acreditar cegamente que basta sonhar para realizar.

Autoconfiança: acreditar em si mesmo é fundamental para valorizar seus próprios talentos e defender suas opiniões. Assim, esse tipo de empreendedor costuma arriscar mais.

Coragem: sem temer fracasso e rejeição, um empreendedor faz tudo o que for necessário para ser bem sucedido. Essa característica não impede que sejam cautelosos e precavidos contra o risco, mas os faz entender a possibilidade de falhar.

Persistência e resiliência: motivado, convicto e entusiasmado, um bom empreendedor pode resistir a todos os obstáculos até que as coisas finalmente entrem nos eixos. Ele não desiste facilmente, supera desafios e segue até o fim, sempre perseverante.

Quem reúne essas características já está em vantagem quando o assunto é empreendedorismo, mas isso não é suficiente. Para ter sucesso como empreendedor, em alguma atividade é fundamental ter um bom projeto, investir no planejamento e no plano de negócios. A seguir, listamos algumas dicas que podem ajudar quem quer empreender, pois quem simpatiza com o empreendedorismo busca a qualidade do mesmo para se tornar uma ou um empreendedor de sucesso, destacamos a seguir alguns tipos de empreendedores.

1.1.4 Tipos de Empreendedores

Neste tópico será abordado alguns tipos de empreendedores, onde diante de pesquisas bibliográficas podemos destacar alguns, porém cada um com aspectos diferentes de se trabalhar o empreendimento em suas atividades na prática. Deste modo podemos destacar e classificar os tipos de empreendedores de acordo com as atividades que praticam dentro do empreendedorismo, assim temos.

Para Dornelas (2007) em suas publicações em uma de sua obra apresentou e definiu vários tipos de empreendedores. Na pesquisa que originou a classificação da amostra que foi grande o suficiente (399 empreendedores) para cobrir quase todos os tipos, destacamos aqui neste tópicos alguns dos tipos de empreendedorismo.

Tipo 1 — O Empreendedor Nato (Mitológico): Geralmente são os mais conhecidos e aclamados. Suas histórias são brilhantes e, muitas vezes, começaram do nada e criam grandes impérios. Começam a trabalhar muito jovens e adquirem habilidade de negociação e de vendas. Em países ocidentais, esses empreendedores natos são, em sua maioria, imigrantes ou seus pais e avós o foram. São visionários, otimistas, estão à frente do seu tempo e comprometem-se 100% para realizar seus sonhos. Suas referências e exemplos a seguir são os valores familiares e religiosos, e eles mesmos acabam por se tornar uma grande referência.

Se você perguntar a um empreendedor nato quem ele admira será comum lembrar da figura paterna/materna ou algum familiar mais próximo ou, em alguns casos, não haver algum exemplo específico para citar. Exemplos: Bill Gates, Andrew Carnegie, Sílvio Santos, Irineu Evangelista de Souza (Barão de Mauá) etc.

Tipo 2 — O Empreendedor que Aprende (Inesperado): Este tipo de empreendedor tem sido muito comum. É normalmente uma pessoa que, quando menos esperava, se deparou com uma oportunidade de negócio e tomou a decisão de mudar o que fazia na vida para se dedicar ao negócio próprio. É o caso clássico de quando a oportunidade bate à porta. É uma pessoa que nunca pensou em ser empreendedor, que antes de se tornar um via a alternativa de carreira em grandes empresas como a única possível. O momento de disparo ou de tomada de decisão ocorre quando alguém o convida para fazer parte de uma sociedade ou ainda quando ele próprio percebe que pode criar um negócio próprio.

Geralmente demora um pouco para tomar a decisão de mudar de carreira, a não ser que esteja em situação de perder o emprego ou já tenha sido demitido. Antes de se tornar empreendedor, acreditava que não gostava de assumir riscos. Tem de aprender a lidar com as novas situações e se envolver em todas as atividades de um negócio próprio. Quem está pensando em uma alternativa à aposentadoria muitas vezes se encaixa nesse tipo.

Tipo 3 — O Empreendedor Serial (Cria Novos Negócios): O empreendedor serial é aquele apaixonado não apenas pelas empresas que cria, mas principalmente pelo ato de empreender. É uma pessoa que não se contenta em criar um negócio e

ficar à frente dele até que se torne uma grande corporação. Como geralmente é uma pessoa dinâmica, prefere os desafios e a adrenalina envolvidos na criação de algo novo a assumir uma postura de executivo que lidera grandes equipes. Normalmente está atento a tudo o que ocorre ao seu redor e adora conversar com as pessoas, participar de eventos, associações, fazer networking.

Para esse tipo de empreendedor, a expressão “tempo é dinheiro” cai como uma luva. Geralmente tem uma habilidade incrível de montar equipes, motivar o time, captar recursos para o início do negócio e colocar a empresa em funcionamento. Sua habilidade maior é acreditar nas oportunidades e não descansar enquanto não as vir implementadas. Ao concluir um desafio, precisa de outros para se manter motivado. Às vezes se envolve em vários negócios ao mesmo tempo e não é incomum ter várias histórias de fracasso. Mas estas servem de estímulo para a superação do próximo desafio.

Tipo 4 — O Empreendedor Corporativo: O empreendedor corporativo tem ficado mais em evidência nos últimos anos, devido à necessidade das grandes organizações de se renovar, inovar e criar novos negócios. São geralmente executivos muito competentes, com capacidade gerencial e conhecimento de ferramentas administrativas. Trabalham de olho nos resultados para crescer no mundo corporativo. Assumem riscos e têm o desafio de lidar com a falta de autonomia, já que nunca terão o caminho 100% livre para agir. Isso faz com que desenvolvam estratégias avançadas de negociação.

São hábeis comunicadores e vendedores de suas ideias. Desenvolvem seu networking dentro e fora da organização. Convencem as pessoas a fazerem parte de seu time, mas sabem reconhecer o empenho da equipe. Sabem se autopromover e são ambiciosos. Não se contentam em ganhar o que ganham e adoram planos com metas ousadas e recompensas variáveis. Se saírem da corporação para criar o próprio negócio podem ter problemas no início, já que estão acostumados com as regalias e o acesso a recursos do mundo corporativo.

Tipo 5 — O Empreendedor Social: O empreendedor social tem como missão de vida construir um mundo melhor para as pessoas. Envolve-se em causas humanitárias com comprometimento singular. Tem um desejo imenso de mudar o mundo criando oportunidades para aqueles que não têm acesso a elas. Suas características são similares às dos demais empreendedores, mas a diferença é que

se realizam vendo seus projetos trazerem resultados para os outros e não para si próprios.

Os empreendedores sociais são um fenômeno mundial e, principalmente em países em desenvolvimento, como o Brasil, têm um papel social extremamente importante, já que através de suas ações e das organizações que criam preenchem lacunas deixadas pelo poder público. De todos os tipos de empreendedores é o único que não busca desenvolver um patrimônio financeiro, ou seja, não tem como um de seus objetivos ganhar dinheiro. Prefere compartilhar seus recursos e contribuir para o desenvolvimento das pessoas.

Tipo 6 — O Empreendedor por Necessidade: O empreendedor por necessidade cria o próprio negócio porque não tem alternativa. Geralmente não tem acesso ao mercado de trabalho ou foi demitido. Não resta outra opção a não ser trabalhar por conta própria. Geralmente se envolve em negócios informais, desenvolvendo tarefas simples, prestando serviços e conseguindo como resultado pouco retorno financeiro. É um grande problema social para os países em desenvolvimento, pois apesar de ter iniciativa, trabalhar arduamente e buscar de todas as formas a sua subsistência e a dos seus familiares, não contribui para o desenvolvimento econômico.

Na verdade, os empreendedores por necessidade são vítimas do modelo capitalista atual, pois não têm acesso a recursos, à educação e às mínimas condições para empreender de maneira estruturada. Suas iniciativas empreendedoras são simples, pouco inovadoras, geralmente não contribuem com impostos e outras taxas, e acabam por inflar as estatísticas empreendedoras de países em desenvolvimento, como o Brasil. Sua existência em grande quantidade é um problema social que, no caso brasileiro, ainda está longe de ser resolvido.

Tipo 7 — O Empreendedor Herdeiro (Sucessão Familiar): O empreendedor herdeiro recebe logo cedo a missão de levar à frente o legado de sua família. Empresas familiares fazem parte da estrutura empresarial de todos os países, e muitos impérios foram construídos nos últimos anos por famílias empreendedoras, que mostraram habilidade de passar o bastão a cada nova geração. Mais recentemente, porém, tem ocorrido a chamada profissionalização da gestão de empresas familiares, através da contratação de executivos de mercado para a administração da empresa e da criação de uma estrutura de governança corporativa,

com os herdeiros opinando no conselho de administração e não necessariamente assumindo cargos executivos na empresa.

O desafio do empreendedor herdeiro é multiplicar o patrimônio recebido. Isso tem sido cada vez mais difícil. O empreendedor herdeiro aprende a arte de empreender com exemplos da família, e geralmente segue seus passos. Muitos começam bem cedo a entender como o negócio funciona e a assumir responsabilidades na organização, e acabam por assumir cargos de direção ainda jovens.

Alguns têm senso de independência e desejo de inovar, de mudar as regras do jogo. Outros são conservadores e preferem não mexer no que tem dado certo. Esses extremos, na verdade, mostram que existem variações no perfil do empreendedor herdeiro. Mais recentemente, os próprios herdeiros e suas famílias, preocupados com o futuro de seus negócios, têm optado por buscar mais apoio externo, através de cursos de especialização, MBA, programas especiais voltados para empresas familiares, com o objetivo de não tomar decisões apenas com base na experiência e na história de sucesso das gerações anteriores.

Tipo 8 — O “Normal” (Planejado): Toda teoria sobre o empreendedor de sucesso sempre apresenta o planejamento como uma das mais importantes atividades desenvolvidas pelos empreendedores. E isso tem sido comprovado nos últimos anos, já que o planejamento aumenta a probabilidade de um negócio ser bem sucedido e, em consequência, leva mais empreendedores a usarem essa técnica para garantir melhores resultados. O empreendedor que “faz a lição de casa”, que busca minimizar riscos, que se preocupa com os próximos passos do negócio, que tem uma visão de futuro clara e que trabalha em função de metas é o empreendedor aqui definido como o “normal” ou planejado. “Normal” do ponto de vista do que se espera de um empreendedor, mas não necessariamente do que se encontra nas estatísticas gerais sobre a criação de negócios (a maioria dos empreendedores ainda não se encaixa na categoria “normal”).

Então, o empreendedor normal seria o mais completo do ponto de vista da definição de empreendedor e o que a teria como referência a ser seguida, mas que na prática ainda não representa uma quantidade considerável de empreendedores. No entanto, ao se analisar apenas empreendedores bem-sucedidos, o planejamento aparece como uma atividade bem comum nesse universo específico, apesar de muitos dos bem-sucedidos também não se encaixarem nessa categoria.

Ao destacar os tipos de empreendedores, vimos a necessidade de classificar a atividade do empreendedorismo, diante dos estudos e abordagem da temática destacamos o empreendedorismo formal como uma forma de identificar a atividade de empreendedorismo quanto a atividade que vem sendo reconhecida judicialmente, garantindo seus direitos.

1.2 EMPREENDEDORISMO FORMAL

Podemos afirmar que o melhor tipo de trabalho formal é aquele que garante benefícios e direitos ao empregador, o trabalho formal costuma ser a melhor opção para quem quer se desenvolver na carreira e, ao mesmo tempo, contar com o amparo das leis trabalhistas em caso de desemprego, doenças acidentes ou até na hora de parar de trabalhar, e se aposentar.

Deste modo, segundo OIT, citado por Nunura Chully (1992, p. 12) afirma que:

O setor formal apresenta as seguintes características; (a) defronta se com barreiras, a entrada; (b) depende de recursos externos; (c) a propriedade do empreendimento é impessoal; (d) opera em larga escala; (e) utiliza processos produtivos intensivos em capital e a tecnologia é importada; (f) a mão-de-obra adquire qualificação requeridas por meio de escolaridade formal e (g) em mercados protegidos (via taxas alfandegarias, quotas e patentes comerciais).

Estudando sobre o tema empreendedorismo formal, podemos destacar uma contextualização desta pratica de empreender no mercado de trabalhos onde empresas, lojas, padarias, farmácias, restaurantes buscam esse tipo de mercado formal, pois o mesmo tem suas vantagens, como também suas desvantagens. Pois sabemos, basicamente que um empreendedor formal é aquele em que há um reconhecimento jurídico, ou seja cadastrou ou reconheceu uma empresa com registro na junta comercial ou Cartório, e então a formalizou na Receita Federal para emissão do CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas), bem como nas fazendas Estaduais e Municipais, e com isso, mediante o seu faturamento mensal, ocorre o pagamento correto das taxas e tributos que são exigidos em lei.

Ao contextualizar os tipos de empreendedores, vimos a necessidade de classificar a atividade do empreendedorismo, diante dos estudos e abordagem da temática, destacamos o empreendedorismo formal e informal como uma forma de identificar a atividade de empreendedorismo quanto a atividade que vem sendo reconhecida judicialmente, garantindo seus direitos e a outra classificação e o oposto, não possui os direitos trabalhistas, porém garante uma sustentabilidade de trabalho e sobrevivência, dentro do mercado econômico.

1.3 EMPREENDEDORISMO INFORMAL

A prática do empreendedorismo informal é atualmente o responsável pela movimentação financeira nas metrópoles brasileiras. Constitui-se contraditoriamente num ensaio de inserção na economia, por vezes num processo não muito aceito, das populações não inseridas pelo processo formal.

Kazumi, Miranda e Filho (2008, p. 3) ressaltam que:

A economia informal é um conceito bastante abrangente, mas o comércio de camelôs e ambulantes é a parte mais representativa desse setor. De acordo com o Programa Regional de Emprego para a América Latina e Caribe (PREALC), citado em SINGER E POCCHMAM, (2001, P.13), o setor informal é composto por pequenas atividades urbanas, geradoras de renda, que se desenvolvem fora do âmbito normativo oficial, em mercados desregulamentados e competitivos, em que é difícil distinguir as diferenças entre capital e trabalho. Essas atividades se utilizam de pouco capital, técnicas rudimentares e mão de obra pouco qualificada, que proporcionam empregos instáveis de reduzida produtividade e baixa renda.

De certa forma, o trabalho informal pode ser visto, assim, de forma mais ampla, desde as fronteiras da informalidade urbana até novas formas de profissionalização de atividades anteriormente vistas como de lazer. Toda a diversidade de aspectos de processos sociais envolvendo o trabalho informal, das transformações do trabalho familiar de grupo de pessoas que procuram uma renda a mais como os grupos das artesãs, das associações de taxistas em geral, do pequeno comerciante, feirantes até o trabalho industrial que entra no campo.

Apresentando a seguir a contextualização do subtema empreendedorismo feminino, que faz juízo a abordagem dessa temática como forma de aprendizagem e conhecimento em um campo de pesquisa, pois na vivência do cotidiano vimos a existência e a resistência do mercado de trabalho, na prática do empreendedorismo feminino.

1.4 EMPREENDEDORISMO FEMININO

Ao estudar a história da inserção das mulheres no empreendedorismo, precisamos entender a sua evolução no mercado de trabalho. Durante a trajetória houve muitas mudanças onde mulheres passaram assumir tarefas que diferem do ambiente familiar e passam a fazer parte no mercado de trabalho. Antigamente, as mulheres eram consideradas incapazes de trabalharem fora de casa, pois era um perfil somente permitido aos homens.

Para Villas Boas (2010, p. 35) afirma em sua publicação que:

Na Revolução Industrial ocorreram modificações no quadro e então as mulheres passaram a ter uma dupla jornada e serem assalariadas nas indústrias e oficinas. No século XX, com as 1ª e 2ª Guerras Mundiais aconteceu um forte impulsionamento na estrada das mulheres no mercado de trabalho, pois a ausência dos homens enviados para combate e a grande quantidade de homens mortos durante o conflito se tornou necessário a inserção de mulheres nas indústrias realizando a função que antes eram somente masculinas. Sendo assim iniciou alguns movimentos feministas e a luta de igualdade dos direitos trabalhistas. Na década de 1980, as mulheres ganharam atenção dentro do movimento sindical no surgimento da Comissão Nacional da Mulher Trabalhadora, na Central Única dos Trabalhadores (CUT). “A cada geração, novos padrões de comportamento vão se tornando aceitáveis. A sociedade evolui e com isso diminuem as diferenças entre o que as mulheres podem fazer e o que está reservado aos homens”.

Diante desse conhecimento sobre o empreendedorismo, ambos os sexos diferem pelas suas realidades de vida como por razões econômicas, psicológicas e sociais. A motivação está relacionada diretamente com as necessidades pessoais. Assim, as necessidades direcionam o comportamento daqueles que procuram atender as carências e as necessidades pessoais. “Tudo o que leva a alguma satisfação dessas necessidades motiva o comportamento, isto é, provoca as atitudes das pessoas” (CHIAVENATO, 2007, p. 172.). A sensibilidade de um empreendedor se

torna uma oportunidade de sucesso, pois consegue ter facilidade em assimilar as mudanças no ambiente onde está inserido, podendo assim identificar no mercado as necessidades futuras de clientes em potencial e criando e produzindo bens e serviços a fim de satisfazer essa necessidade dentro de uma sociedade.

Os empreendedores de necessidade usam o empreendedorismo como uma ferramenta para obtenção de renda e de sustento em seu desenvolvimento próprio, precisa de apoio e capacitação e sua motivação os movem em busca desse objetivo, fazendo com que busquem o sucesso em seus empreendimentos. As pessoas agem para atingir objetivos pessoais que são determinados pelas suas necessidades individuais. À medida que o trabalho conduz direta ou indiretamente rumo a seus próprios objetivos, as pessoas tendem a realizá-lo mais e melhor. “Como o Trabalho está voltado para o alcance dos objetivos empresariais, torna-se importante relacioná-lo também com o alcance dos objetivos pessoais daqueles que o realizam” (CHIAVENATO, 2007, p. 174). O empreendedorismo se tornou uma alternativa de trabalho e renda, participando na complementação da renda familiar. As mulheres entram em destaque pelo desejo de realização profissional e pela necessidade de contribuir para o aumento da renda ou sustento da família. Há 3 tipos de iniciação ao empreendedorismo, como (1) empreender por acaso (criaram suas empresas derivadas de alguns hobbies); (2) empreender por necessidade (desemprego ou dificuldades financeiras) e (3) empreender por sonho (independência e autonomia ou insatisfação com trabalho anterior).

Existem diversos motivos pelos quais a inclusão da mulher no mercado de trabalho deve ser estudada e analisada, por produzir forte impacto nas relações sociais, pois implica uma mudança de modelo familiar e cultural, outro fato importante é relacionado com a discriminação de gênero, tanto em relação à diferenças de salários quanto a postos de trabalho.

A inserção da mulher no mundo do trabalho, ao longo desses anos, vem acompanhada de elevada discriminação, não só em relação à qualidade de ocupações que têm sido criadas tanto no setor formal como no informal, mas no que se refere à desigualdade de remuneração entre homens e mulheres. (MAIA; LIRA, 2004).

A participação das mulheres inserida no trabalho vem acumulando diversas mudanças nas ocupações de empregos. Isso se deve ao fato de existir ocupações

ditas essencialmente femininas, e outras masculinas. Verifica-se que a mulher no mercado de trabalho aumentou em quantidade, porém mudou de qualidade de ocupações, pois estão se inserindo em postos antigamente somente masculinos. Para Abramo (2001) a maior participação das mulheres no mercado de trabalho não foi acompanhada por uma diminuição das desigualdades profissionais entre homens e mulheres.

Portanto as mulheres cada vez mais está em crescimento consistente na sociedade atual, determinada muitas vezes pelos próprios ideais de ser independente e agregando um papel fundamental da manutenção do sustento familiar. É notório as relações de gênero vivenciadas por mulheres feirantes em seus contextos profissional e pessoal.

Segundo Godoy (2005), as feiras livres possuem uma grande capacidade de absorção de mão de obra feminina.

Este cenário engloba a predominância das mulheres nas feiras, pelo fato da flexibilidade de seus desempenhos, permitindo assim ser a própria proprietária do seu negócio de trabalho, ou seja, não tendo honorários comerciais para entrada ou saída, sendo assim conciliar os papéis de responsabilidade. Com as dificuldades de se inserirem em outros setores, muitas mulheres atuam como feirantes, também por ser esta uma atividade que permite uma maior flexibilidade de horários (CARREIRA; AJAMIL; MOREIRA, 2001).

Diante dos fatos ocorridos historicamente, a inserção das mulheres no mercado de trabalho não foi tão simples em ganhar seu espaço e montar seu próprio negócio, diante da aceitação pelos homens, esse poder trabalhista ou de independência passou por processos complicadíssimos, mas é visível que as mulheres tenham conseguido demonstrar sua capacidade intelectual e merecem serem reconhecidas. O empreendedorismo feminino perante a sociedade demonstra que as mulheres são atuantes na geração de empregos, expandindo a economia, proporcionando a realização de um trabalho que sustente seu crescimento pessoal, profissional e financeiro.

Essas características e habilidades no sexo feminino em relação ao empreendedorismo favorecem a administração de um negócio. A superação em tempos de crise econômica trouxe para as mulheres o reconhecimento de maneira bem sucedida perante a sociedade, e diante do mercado de trabalho, as mulheres mais uma vez se destacam na atividade de empreendedorismo.

Analisando o contexto, as vivências na feira da cidade, pode observar a atividade do trabalho do empreendedorismo feminino fluir muito, pois a questão da independência da mulher. Raposo e Astoni (2007) ressaltam que foi importante a iniciativa das mulheres em reivindicar seus direitos, mas que através dessa atitude, vieram muitas responsabilidades.

As condições de independência, incluindo seus direitos adquiridos pela mulher vão além da Revolução Feminista de 1969, quando várias mulheres protestantes. Atualmente é notório que a mulher ajuda na econômica familiar, nas questões financeiras da família, tornando-se, muitas vezes, a chefe da casa, como aponta a pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (RAPOSO; ASTONI, 2007, p. 36).

Em 1940, quase metade (48%) da população ativa feminina era focada no setor primário da economia, basicamente na agricultura. Em 1990, mais de dois terços (74%) da população economicamente ativa feminina era concentrada no setor terciário, ou seja, em serviços, principalmente em alguns setores da economia, como atividades comunitárias, áreas voltadas à educação, serviços de saúde e principalmente serviços domésticos. Hoje, versatilidade é a qualidade que resume a condição atual da vida feminina. (RAPOSO; ASTONI, 2007, p. 36-37).

De acordo com esses autores (RAPOSO; ASTONI, 2007), as mulheres avançaram no que se refere à conquista de espaço no mercado de trabalho, crescendo em diversos setores e, hoje em dia, conciliando as atividades profissionais com papéis familiares. A participação feminina no mercado de trabalho cresceu significativamente nas últimas décadas e dados estatísticos mostram que as mulheres estão presentes em todos os segmentos e classes empresariais, apesar de ainda existir desigualdades de oportunidades no mundo do trabalho, diferenciais de rendimentos entre os dois sexos, obstáculos aos planos de ascensão a cargos de chefia etc.

Ainda vemos que as atividades ocupacionais femininas estão concentradas no setor de serviços. E, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD, essas atividades vinculam-se principalmente ao emprego doméstico, na prestação de serviços pessoais, no trabalho como vendedoras ambulantes, entre outras.

No II Plano Nacional de Políticas para as Mulheres, há o princípio da igualdade à diversidade que estabelece:

Mulheres e homens são iguais em seus direitos e sobre este princípio se apoiam as políticas de Estado que se propõem a superar as desigualdades de gênero. A promoção da igualdade requer o respeito e atenção à diversidade cultural, étnica, racial, inserção social, de situação econômica e regional, assim como aos diferentes momentos da vida (BRASIL, 2008, p. 7).

É visível todas as transformações nas últimas décadas afetam a composição familiar e possibilitam abertura no mercado para a população feminina. Dentre essas transformações sociais de maior impacto na última década, pois houve um número significativo de mulheres que se tornaram financeiramente independentes e iniciaram empreendimentos próprios, ou ainda buscam brechas no mercado de trabalho como empreendedoras autônomas sem registro, buscando compatibilizar o trabalho no lar com uma atividade que gere renda (CASTELLS, 1999 *apud* GEM, 2007, p. 70).

O crescimento do desemprego dos chefes de família induz mais mulheres, em particular as casadas e com filhos, a ingressar na força de trabalho buscando complementar o orçamento familiar. O Relatório GEM de 2007 mostra que, entre 1996 e 2006, o número de mulheres indicadas como “chefe de família” aumentou 79%, quando essa variação em relação aos homens foi de apenas 25%. Devido esses dados de pesquisa pelo Gerenciamento de Empreendedorismo da Mulher afirma toda esse crescimento do empreendedorismo feminino no mercado de trabalho e as conquistas por elas.

Segundo Moore e Buttner (*apud* JONATHAN, 2005), o empreendedorismo feminino gera emprego, riqueza, promove inovação e contribui para o desenvolvimento socioeconômico dos países.

Por outro lado, são apontados limitantes à atuação feminina nesse mercado de trabalho. Apesar da escolaridade das mulheres ser comparativamente mais elevada do que a dos homens, as condições de trabalho e remuneração tendem a ser inferiores e ainda, podem ser consideradas limitadas as oportunidades de inserção das mulheres em posições mais qualificadas, estando estas mais restritas a alguns setores do mercado (LAGES, 2008, p. 3).

De acordo com Jonathan (2005) as mulheres empreendedoras caracterizam-se por serem destemidas, autoconfiantes, apaixonadas e identificadas com seus empreendimentos.

Em 2008, o empreendedorismo feminino do Brasil foi o décimo mais atuante no mundo, com taxa de 9,61% das entrevistadas, o que representa cerca de 5,5

milhões de mulheres empreendedoras em estágio inicial (IBQP, 2009). Segundo Barboza (*apud* IBQP, 2009), esse crescimento ocorre devido ao aumento da participação do setor de comércio e serviços no total do PIB brasileiro, setor em que as mulheres respondem por dois terços dos novos negócios.

Deste modo o empreendedorismo só tem a crescer cada vez mais, mulher empreendedora no mercado de trabalho faz realmente uma grande e notória diferença que busca valorizar a mulher em suas capacidades de empreender.

Diante dos estudos sobre a temática empreendedorismo feminino, acredita-se que através das lutas pelos direitos das mulheres no mercado de trabalho, buscamos contextualizar o subtema a seguir sobre mulher e trabalho, buscando mais essência, coerência e coesão no que se estuda sobre o empreendedorismo feminino: uma análise do perfil e realidade das mulheres feirantes na feira coberta do produtor, no município de Benjamin Constant – Amazonas. Desta forma na abordagem desta temática implicará para uma visão mais ampla no estudo, diante do campo de pesquisa.

1.4.1 Mulher e trabalho

Existem diversos motivos pelos quais a inclusão da mulher no mercado de trabalho deve ser estudada e analisada, por produzir forte impacto nas relações sociais, pois implica uma mudança de modelo familiar e cultural, outro fator importante é relacionado com a discriminação de gênero, tanto em relação à diferenciais de salários quanto a postos de trabalho.

Gomes & Santana (2009) destacam que uma das principais razões para que a mulher venha a ter o próprio negócio é a flexibilidade de horários, pois dessa forma poderá compatibilizar o trabalho e a família. Para Strobino & Teixeira (2014) são raras as mulheres 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.

As mulheres traçaram uma luta árdua pelo direito trabalhista, garantindo assim seu espaço no mercado de trabalho, sobre a questão da independência da mulher. Raposo e Astoni (2007) ressaltam que foi importante a iniciativa das mulheres

em reivindicar seus direitos, mas que através dessa atitude, vieram muitas responsabilidades:

As condições de independência adquiridas pela mulher vão além da Revolução Feminista de 1969, quando várias mulheres protestantes queimaram peças íntimas em praça pública. A atual conjuntura econômica empurra a mulher a auxiliar nas questões financeiras da família, tornando-se, muitas vezes, a chefe da casa, como aponta a pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (RAPOSO; ASTONI, 2007, p. 36).

O particular destaque para o gênero feminino se justifica também, diante de estatísticas, pois o mercado de trabalho por mulheres vem se alastrando pelo país e pelo mundo. Um crescimento que, em grande parte, se deve ao avanço da mulher no mercado de trabalho e também em resposta à discriminação sofrida em ambientes corporativos (Machado, 2012; Gebran & Nassif, 2010), onde a não equidade entre homens e mulheres ainda persiste. Para Strobino & Teixeira (2014), é preciso lembrar que o gênero feminino ainda é associado ao trabalho doméstico e é perceptível que as mulheres continuam a desempenhar a maior parte desse trabalho, em particular as tarefas femininas exercidas no lar.

Os homens continuam a tomar para si as responsabilidades profissionais, e até mesmo ser o verdadeiro chefe de casa, pois ainda se esquivam das tarefas legitimadas como femininas. Essa situação de reprodução da dominação masculina coloca as mulheres numa posição desfavorável do ponto de vista de seu reconhecimento social, além de contribuir para a divisão injusta de tarefas, tanto no trabalho como dentro de casa. Machado (2012) ressalta que essa capacidade de conciliar múltiplos papéis é reconhecida pelos próprios homens que a percebem como uma característica inerente à mulher.

Analisar o tema mulher e trabalho, logo vem toda luta e toda conquista, e é por isso a crescente ocupação da mulher no mercado de trabalho e nos ambiente de negócios, onde já é destaque nas revistas especializadas. Segundo Goiriz e Segalla (2009, p. 59) a ascensão da liderança feminina nas empresas é sutil, não obstante, efetiva, uma vez que vem se desenvolvendo ao longo do tempo e de forma rápida, Uma transformação ao mesmo tempo profunda e silenciosa está em curso nos altos escalões das empresas. Desde que as primeiras feministas queimaram sutiãs nos anos 60 do século passado, em protesto contra a condição subalterna em relação aos

homens, as mulheres jamais estiveram tão próximo ao poder. Se você ainda não foi chefiado por uma mulher, prepare-se: isso é apenas uma questão de tempo.

De acordo com (SOUZA, GUIMARÃES 2005), as mulheres eram vistas até as décadas iniciais do século passado somente como mães e esposas. Na virada do milênio, elas reviraram conceitos e quebraram paradigmas. A cada dia, as mulheres estão se capacitando mais e entrando no mercado dos negócios para mostrar a sociedade e si mesma, principalmente, dos seus potenciais e do desejo de crescer profissionalmente.

Diante das lutas pelo espaço no mercado de trabalho, percebe-se que as mulheres estão vencendo preconceitos e ganhando, pouco a pouco, espaço num setor dominado por homens e pela tradição, fazendo com que gradativamente a participação feminina se torne notável não só no meio urbano como também no rural” (SOUZA, GUIMARÃES 2005 p. 94). As mulheres já estão assumindo todos os setores no mercado de trabalho, não estão se relacionando somente com o que mais se parecem com mulheres, como cita o autor acima, até o setor rural elas já estão se mostrando capazes de gerenciar.

Diante das suas responsabilidades históricas como mulher, tais como, cuidar da casa, dos filhos e do marido, na hora de empreender elas preferem franquias. Essa preferência justifica e, pois a marca já está consolidada no mercado e detentora de várias qualidades. Elas incrementam algo no negócio escolhido e conseguem administrar o tempo entre lado pessoal e lado profissional (Barbosa, 2008). Essa mudança pela qual a mulher vem passando não é uma novidade. Elas, na busca de uma oportunidade de trabalho, promovem uma revolução social que permite a melhor distribuição econômica na família e aumento do padrão de consumo.

A participação crescente de mulheres brasileiras no mercado de trabalho é uma das mudanças sociais mais notáveis no país desde os anos 60. Padrões e valores relacionados ao papel social da mulher têm passado por mudanças, ou seja, reformulação de conceitos e atribuições tradicionalmente instituídos pela sociedade. O trabalho feminino permite que a mulher possa alcançar sua independência econômica, além de contribuir para o orçamento familiar, complementando a renda familiar e aumentando suas expectativas de consumo (ROSSINI, 2002 *apud* SOUZA, GUIMARÃES, 2005: 93).

O autor Rocha-Coutinho (2003) retrata em *apud* Jonathan (2009, p. 2), as mulheres buscam auto realização através do gostar do que fazem, tendo autonomia, e poder de decisão. Usam ambição, muita criatividade para conquistar o que querem

e tem talentos para fazer e pensar várias coisas simultaneamente. Com isso, “exigindo de si um alto nível de excelência, o que resulta em desgaste”. Digamos que esse pensar das mulheres para o mercado de trabalho torna-se eficaz, pois as mesmas estão se aperfeiçoando cada vez mais para aprender as melhores maneiras de se criar e gerenciar um negócio. Hoje são vistas como modelos de gestão por possuírem características que realmente podem fazer a diferença na hora em que a empresa esteja querendo obter resultados satisfatórios.

Pelos fatos históricos apresentados nesta temática o seguinte subtema contextualizará a disparidade de gêneros no ramo do empreendedorismo, afirmando as conquistas das mulheres na ocupação de seus espaços no mercado de trabalho.

1.4.2 Disparidade de gênero em empreendedorismo

De acordo com (Hirata e Kergoat (2007), o empreendedorismo é um fenômeno da atualidade, encaixa-se neste contexto o gênero feminino que através da sua criatividade está conquistando seu espaço no mercado de trabalho. Esse fato acontece devido as lutas das mulheres empreendedoras, por melhores condições de vida, melhores condições e espaços trabalhos, como também a sua independência financeira e muito mais. Muitas mulheres morreram em consequência dessa luta em todo o mundo, e atualmente o que mais vemos são as mulheres conquistando seu espaço no mundo dos negócios, onde cada uma delas se esforça para desenvolver o seu empreendimento.

No mundo, o empreendedorismo feminino é visto como um fenômeno que busca desenvolvimento social, econômico e político e tem apoio de diversas organizações tais como Organização das Nações Unidas (ONU), Global Entrepreneurship Monitor (GEM), e foi discutido no Fórum Econômico Mundial no ano de 2013 com o tema: “O poder das mulheres: avaliação das disparidades globais de gênero”.

Sobre as pesquisas da (ONU), Organização das Nações Unidas 2009, bem no século XXI, vivemos em um mundo onde as mulheres já não são vistas como frágeis, que tem o dever somente de cuidar da casa e dos filhos, de ser uma verdadeira dona do lar, a luta delas fez com que o mundo reconhecesse seu verdadeiro valor, que vai além dos serviços domésticos de uma casa. Cada dia que

passa a mulher conquista seu espaço, mostrando seu potencial no mundo dos empreendimentos, são grandes mulheres que buscam com seu jeito gentil, delicado e inteligente desenvolver seus negócios e a comunidade em que está inserida.

As mulheres em sua maioria vem lutando para obterem direitos iguais na sociedade empresarial, de tal forma que está, ao invés de repreender culturalmente, passe a lhe reconhecer pelo seu esforço, onde em seu dia a dia tentam conciliar a vida de casa com a vida em empreendimentos.

A participação feminina no mercado de trabalho cresceu significativamente nas últimas décadas e dados estatísticos mostram que as mulheres estão presentes em todos os segmentos e classes empresariais, apesar de ainda existir desigualdades de oportunidades no mundo do trabalho, diferenciais de rendimentos entre os dois sexos, obstáculos aos planos de ascensão a cargos de chefia, gerencia empresarial, micro ou macro empreendedora.

Com essa busca de igualdade e espaço no mercado de trabalho as mulheres se credenciam cada vez mais, apesar do contexto desfavorável, onde o trabalho e a oportunidade de emprego são escassos e a economia está baseada no poder público, na pesca e no extrativismo, elas possuem poucas oportunidades de emprego, passam então à lutar cada dia para tornarem-se mulheres de sucesso e desenvolverem o setor no qual se inserem, através das habilidades, criatividade, comportamento, simplicidade, garra e a força de vontade que possuem. As mulheres procuram empreender onde seus corações estão, ou seja, por algo que querem muito, que amem que é um dos motivos que as levam a dedicar-se plenamente e tornar-se bem sucedida. Os sentimentos da mulher convergem tanto no trabalho quanto na família. (SCHAWBEL 2009 *apud* SILVA 2013).

Além disso, são inovadoras, e tem a capacidade de reinventar o contexto ainda mais competitivo e excludente para o gênero, pois o número de mulheres que abrem seu próprio empreendimentos, vem aumentando a cada dia, porém em sua maioria não são formalizadas. Franco (2014) nos esclarece que a sobrevivência de empresas dirigidas por mulheres tem atingido um tempo além dos padrões encontrados como tempos médios de sobrevivência de micro e pequenos empreendimentos. Machado (2003), colabora ao dizer que esse fator é evidente por que as mulheres empreendedoras são 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.

Diante de todo estudo sobre disparidade de gênero em empreendedorismo, vimos que para cada empreendimento feminino uma nova oportunidade de emprego, podemos então afirmar a grande importância da mulher no mercado de trabalhos, no ramo de empreender, seu papel é fundamental mediante a sociedade na geração de emprego e renda. Para Peñaloza, Diógenes e Sousa (2008), descrevem que a inclusão das mulheres no mercado passou de complemento financeiro familiar para expandir sua abrangência para o exercício vocacional, a formação da identidade profissional e a realização pessoal.

Portanto, as empreendedoras através do apoio familiar, foi um dos fatores essenciais que fizeram continuar no ramo do empreendedorismo, mesmo com as dificuldades ou até em momentos que não estavam com a família para resolver problemas do empreendimento, elas fazem pensando no seu futuro e de sua família. Em razão disto Machado (2009) acredita que quando as mulheres iniciam seu empreendimento, surgem também as dificuldades relacionadas à falta de tempo para si mesma e a família, já que um novo empreendimento requer dedicação intensa.

A temática seguinte abordará uma visão de campo de pesquisa, onde diante das pesquisas em estudos, acreditamos da grande importância que tem esse estudo para as próximas pesquisas, pois diante da abordagem sobre feira livres encontramos uma diversidade de temas a serem abordados, como aprofundamentos de conhecimentos.

1.4.3 Feira livres

Nas feiras livres é possível identificar a presença feminina no desenvolvimento de negócios. Fato este, que encontramos no campo de pesquisa, por ser um local onde pode se iniciar uma ou outra 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 2013).

Neves (2013), aponta que o 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).

Nas feiras livres é constatado a existência de baixo nível de escolaridade e idades avançadas para determinadas mulheres e homens 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).

Dornelas (2007, p. 129) afirma que:

As feiras livres na Idade Média, muitas vezes, podiam interromper as guerras, por se instalarem em locais estratégicos, de grande concentração humana e nas rotas comerciais, o que acabava por garantir uma espécie de “trégua”, o que permitia que o comércio pudesse ser feito com segurança. A circulação de uma grande quantidade de mercadoria promoveu o renascimento do comércio, culminado na utilização de uma moeda específica como forma de pagamento, aumentando a venda da força de trabalho, bens manufaturados, bens comestíveis, instituindo, portanto, o comércio, o qual demandou a criação dos bancos. (Dornelas, 2007, p. 129).

Em argumentar e contextualizar sobre as 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 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.

Diante aos estudos sobre feira livres, analisamos a maioria das situações existente neste campo de pesquisa, por esse estudo de casos podemos citar a agricultura familiar, primária e secundária, onde cada caso representa uma abordagem significativa diante do estudo no campo de pesquisa, mais precisamente na Feira coberta do Produtor “Raimundo Freitas” no município de Benjamin Constant – AM. E sobre os casos serão mencionados no capítulo III, na análise e discussão dos resultados.

CAPÍTULO II

2 METODOLOGIA

Neste tópico trata-se, do detalhamento dos instrumentos e procedimentos metodológicos utilizados, as classificações das etapas abordadas em seguidas para obtenção dos resultados da pesquisa.

Para Oliveira (2011) “A metodologia deve apresentar como se pretende realizar a investigação no qual deverá descrever a classificação quantos aos objetivos da pesquisa, a natureza da pesquisa, a escolha do objeto de estudo, a técnica de coleta e a técnica de análise de dados”. Conforme Demo (2005) “na origem do termo, estudo dos caminhos, dos instrumentos usados para se fazer ciência”

Segundo Silva (et.al., 2005). “A metodologia tem como função mostrar a você como andar no “caminho da” da pesquisa, ajuda-lo a refletir e instigar um novo olhar sobre o mundo: um olhar curioso, indagador e criativo”.

Para o desenvolvimento do estudo será apresentado de forma planejada, minuciosa e fundamentada, os procedimentos metodológicos para alcance do resultado, tais como: natureza da pesquisa, tipo da pesquisa, quanto à população e à amostra, técnicas de pesquisa, local da pesquisa, e organização da análise dos resultados.

2.1 NATUREZA DA PESQUISA

Para o alcance do presente estudo, realizou uma abordagem qualitativa e quantitativa, com a finalidade de compreender os fenômenos através de coleta de dados, estudando as particularidades e experiências individuais. Para Marconi e Lakatos (2009) “o método se caracteriza por uma abordagem mais ampla, em nível de abstração elevado, dos fenômenos da natureza da sociedade”. A abordagem Quali-quantitativa, para Figueiredo e Souza, (2008, p. 100):

Em relação à abordagem Quali-quantitativa, há metodologias que admitem a integração dos métodos qualitativos e quantitativos. A necessidade de trabalhar com dados estatísticos e informações não mensuráveis dependem da questão problema levantada. Na, verdade, não existem regras rígidas, o mais importante é que haja flexibilidade nos procedimentos metodológicos, desde que, sejam adequados ao objeto que se pretende conhecer e ao problema que se quer responder.

A fim de desenvolver uma pesquisa planejada, minuciosa e fundamentada, na busca de descobertas ou esclarecimentos de determinada problemática, fez se necessário qualificar os procedimentos.

Diante desse enfoque, é necessário ser utilizada a pesquisa qualitativa de compreensão e interpretação dos fenômenos, a pesquisa qualitativa “[...] considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números” (PRODANOV, FREITAS, 2013, p.61).

Na abordagem quantitativa apresenta a procura de planejamento, qualidade e estruturada para que as informações sejam coletadas com a meta de coletar dados numéricos, apontando os motivos, causas de pertencerem a determinado grupo ou sociedade.

A pesquisa quantitativa “[...] considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. Requer o uso de recursos e de técnicas estatísticas” (PRODANOV, FREITAS, 2013, p.62). Para Gonsalves (2003) aborda que “a pesquisa quantitativa remeteu para uma explanação das causas, por meio de medidas objetivas, testando hipótese, utilizando-se basicamente da estatística”.

2.2 TIPO DA PESQUISA

A presente pesquisa apresenta dois métodos desenvolvidos para o estudo, são elas: descritiva e bibliográfica.

O método utilizado é um estudo de caso para pesquisa com objetivo da interpretação, investigação e coleta de todas as informações necessárias sobre o assunto abordado. Segundo Gil (1991) aborda que “o estudo de caso é caracterizado

pelo estudo profundo de caso e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita os outros delineamentos considerados.

A pesquisa descritiva busca o aprofundamento do tema, ou seja, visa uma análise minuciosamente e descrever as características e funções do objeto de estudo. Segundo Gil (1991), “dentre as pesquisas as descritivas salientam-se aquelas que têm por objetivo estudar as características de um grupo: sua distribuição por idade, sexo, procedência, nível de escolaridade, estado de saúde física e mental”.

Na pesquisa bibliográfica tem a finalidade de embasamento teórico por meio de livros e artigos científicos, analisando os principais conceitos sobre as obras lidas para pesquisa. Segundo Marconi e Lakatos (2003, p. 158):

A pesquisa bibliográfica é um apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados, revestidos de importância, por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes relacionados com o tema. O estudo da literatura pertinente pode ajudar a planificação do trabalho, evitar publicações e certos erros, e representa uma fonte indispensável de informações, podendo até orientar as indagações.

2.3 TÉCNICAS DA PESQUISA

Para o instrumento da coleta de dado foram usados os seguintes métodos: observação do campo estudado e questionário contendo perguntas abertas e fechadas para análise do resultado.

Pádua (2000) “os questionários são instrumentos de coleta de dados que são preenchidos pelos informantes, sem presença do pesquisador”. Já para Gil (1991) “entende-se um conjunto de questões que são respondidas por escrito pelo pesquisador”.

Segundo Marconi e Lakatos (2009) ele indaga que o questionário é composto pelas seguintes perguntas, sendo elas:

Perguntas fechadas são aquelas que indicam três ou quatro opções de resposta ou se limitam a resposta afirmativa ou negativa, e já trazem espaços destinados a marcação da escolha. Já as perguntas são mais liberdade de resposta, proporciona maiores informações, mas tem a desvantagem de dificultar muito a apuração dos fatos.

O questionário aplicado é composto por 22 perguntas, buscando compreender a realidade das feirantes em tempos de crise na Feira Coberta do Produtor “Raimundo Freitas”, da cidade de Benjamin Constant no Estado do Amazonas.

As questões estão divididas em vinte perguntas fechadas, ou seja, é formada por opções de resposta já preenchidas para o respondente escolher e duas perguntas abertas possibilitando que o entrevistado responda as questões com suas próprias palavras. Para Marconi e Lakatos (2009, p.89) dizem que “Perguntas abertas ou pergunta livre são aquelas onde permite ao informante responder livremente já as fechadas são aquelas que o informante escolhe suas respostas entre as opções.

Foi realizada na pesquisa observação não participante. Gil (2008) explica que a observação não participante é quando o pesquisador permanece alheio à comunidade ou processo ao qual está pesquisando, tendo um papel de ouvinte do objeto pesquisado.

2.4 POPULAÇÃO E AMOSTRA

O universo da pesquisa é considerado como o grupo de pessoas que está sendo estudado para base de cálculo dos resultados. De acordo com Marconi e Lakatos (2009) explicam que a população é o conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelos menos uma característica com um.

A feira livre que é da área do estudo tem como população em geral o total 153 empreendedores sendo estes homens e mulheres, classificado da seguinte maneira: 53 pessoas possuem boxes fixos, com registro e cadastro regulamente pelo setor Secretaria Municipal de Agricultura Abastecimento e Fomento a Micro e Pequena Empresa (SEMAF), e contribuindo com a taxa de R\$ 15,00 semanal, valor este que é direcionado para o pagamento do vigia. E as outras 100 pessoas são chamadas de “produtores”, e que ainda estão em processo de regularização, contendo o número de 50 mesas, sendo estas divididas por duas pessoas para comercialização dos seus produtos, esses dados são de acordo com relatos dos fiscais municipais que estão presentes no ambiente, ressaltando que a existência dessas pessoas no local

estudado só foi possível por causa da ampliação e reforma que aconteceu recentemente na “feira livre”.

O objeto de pesquisa são as mulheres feirantes, localizadas na Feira Coberta do Produtor “Raimundo Freitas” no município de Benjamin Constant– Amazonas, atualmente contendo 102 empreendedoras, ressaltando que 32 mulheres são regulamentes cadastradas, de acordo com Secretaria Municipal de Agricultura Abastecimento e Fomento a Micro e Pequena Empresa (SEMAF), possuindo seus próprios lugares fixos e exercendo suas atividades todos os dias comerciais.

As outras 70 pessoas, ainda estão em processo de regularização pela Secretaria, estas mulheres estão concentradas na parte que foi recentemente reformada e ampliada, contendo nesta parte apenas 50 mesas, sendo que duas pessoas dividem a mesma mesa.

Com isto, a totalização do universo estudado é de 102 empreendedoras presentes na feira, tanto aquelas mulheres que possuem cadastro e as que tem um lugar fixo na parte interna, como também as cidadãs que não tem cadastro e estão inseridas na parte que foi recentemente ampliada apresentando melhoria e desenvolvimento local. A seguir um quadro da classificação da população geral e estudada.

Quadro 1 - Classificação da população geral e estudada

Classificação da População geral e estudada			
População geral	Trabalhadores cadastros	Trabalhadores não cadastros	Total
Homens	21	30	51
Mulheres	32	70	102
Sub total	53	100	153
População estudada			
Mulheres feirantes	Cadastrada	Não cadastrada	Total
Quantidade	32	70	102

Fonte: Elaborado pela autora.

Com isto diante do quadro demonstrando é notório a descrição do gênero feminino com maior participação na feira, havendo 102 mulheres com presença, e

apenas 51 homens, considerando assim que cada vez mais as mulheres estão ocupando espaço do mercado de trabalho, buscando sua própria independência por meio do seu próprio negócio. De acordo com o Moreira (et. Al., 2011) a participação das mulheres no mundo de empreendedora individual é expressiva.

A pesquisa baseou-se empiricamente em diálogos com todos os sujeitos envolvidos das atividades para comercialização (feirantes) do referido município, entretanto, sem caráter de entrevistas gravadas ou similares e sim em diálogos, questionários para coleta de dados, fundamentada com abordagem quantitativa e qualitativa, com a meta de coletar dados numéricos, e buscando interpretar e compreender os motivos, causas de pertencerem a determinado grupo ou sociedade

O procedimento de análise se deu, pela observação de campo intensiva, em todo o espaço estudado, ressaltando que todas as precauções necessárias e obrigatórias com relação à segurança contra o contágio e disseminação ao corona vírus foram tomadas, ou seja, com utilização da máscara, álcool em gel e sempre respeitando o distanciamento.

Amostra é parte representativa da população de determinado assunto abordado, ou seja, aquilo que realmente está sendo estudado para a obtenção do resultado, “uma parcela convenientemente selecionada do universo (população); é um subconjunto do universo” (MARCONI e LAKATOS 2003, p.223)

Para tanto, o tamanho da amostra foi determinado a partir da fórmula apresentada por Barbetta (2012, p. 58 *apud* BARBOSA 2019, p.68-69), conforme disposto a seguir:

$$n_0 = \frac{1}{E_0^2} \qquad n = \frac{N \cdot n_0}{N + n_0}$$

Onde:

N = tamanho (número de elementos) da população;

n = tamanho (número de elementos) da amostra;

n₀ = uma primeira aproximação para o tamanho da amostra; e

E₀ = erro amostral tolerável.

$$n_0 = \frac{1}{E_0^2} \quad n_0 = \frac{1}{0.10^2} = \frac{1}{0.01} = 100 \text{ elementos}$$

Adotando-se um erro amostral tolerável (E_0) de 10%, teremos 100 elementos como amostragem inicial.

$$n = \frac{N \cdot n_0}{N + n_0} \quad n = \frac{102 \cdot 100}{102 + 100} = \frac{10.200}{202} = 50,495 \cong 51 \text{ feirantes}$$

Continuando com o cálculo, considerando a amostragem inicial (n_0) encontrada e a população (N) de 102 empreendedoras, teremos 51 feirantes como tamanho da amostra (n).

Sendo assim, a amostra utilizada para a realização deste trabalho foi de 51 mulheres feirantes situada na Feira Coberta do Produtor, aplicando o questionário estruturado para pesquisa, objetivando dar uma maior confiabilidade aos dados provenientes do estudo.

2.5 LOCAL DA PESQUISA

A pesquisa foi realizada no espaço geográfico do município de Benjamin Constant, localizado no interior do Estado do Amazonas, na microrregião do alto Solimões do Brasil, que faz fronteira com a cidade de Islândia pertencente à República do Peru. Com a distância de Manaus 1 118 km em linha reta, sendo que a distância via transporte fluvial é de 1 638 km, subindo o rio Solimões e o rio Javari. A estimativa da população de Benjamin Constant é de 43 935 habitantes, em 2020, de acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Conforme os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2020), o povoamento de Benjamin Constant, iniciou-se por volta do século XVIII, no ano de 1750, existia na margem da foz do rio Javari, no alto Solimões, uma aldeia habitada pelos índios Ticunas, na época foi fundada pelos Jesuítas. Após a

desmembração ao município de São Paulo de Olivença ocorre em 24 de Dezembro de 1952, a criação da comarca de Benjamin Constant, pela Lei Estadual nº 226.

Figura 1 - Mapa da cidade de Benjamin Constant – AM com localização da Feira Coberta do Produtor "Raimundo Freitas"



Fonte: Adaptado de Google Earth (2021).

O desenvolvimento desta pesquisa foi realizada na Feira Coberta do Produtor “Raimundo Freitas”, localizada na Avenida Castelo Branco, no Centro, zona urbana do município de Benjamin Constant, no Estado do Amazonas, na microrregião do alto Solimões, com a tríplice fronteira Brasil, Peru e Colômbia, tendo como objeto de estudo mulheres feirantes que atuam na “feira livre”.

2.6 ORGANIZAÇÃO DA ANÁLISE DOS RESULTADOS

No tratamento de dados, para tabulação dos indicadores recolhidos após as pesquisas descritivas e exploratórias, as observações do campo e com aplicação do questionário, foram organizados, recebendo tratamento qualitativo e quantitativo, mediante a utilização do, Word e planilhas eletrônicas do Microsoft Excel 2010, celular para registra o local estudado, gerando informações precisas para tabulações escritas necessárias para melhor entendimento e compreensão dos resultados obtidos.

Realizou-se o uso de Word e planilhas eletrônicas do Microsoft Excel 2010, gerando a formulação da coleta de dados por meio de quadros, tabelas, gráficos. Conforme Marconi e Lakatos (2009, p. 167) define que:

É a disposição dos dados em tabelas, possibilitando maior facilidade na verificação das inter-relações entre eles. É uma parte do processo técnico de análise estatística, que permite sintetizar os dados de observação, conseguidos pelas diferentes categorias e representá-los graficamente. Dessa forma, poderão ser melhor compreendidos e interpretados mais rapidamente.

Nesta pesquisa utilizou-se gráficos de barras e colunas para apresentação dos dados, pois são os mais adequados quando se têm muitas categorias em estudo. Estes tipos de gráficos também permitem que se mantenha a ordem das categorias, além, é claro, de proporcionar uma melhor estética visual aos dados apresentados (BARBETTA, 2012, p. 58 *apud* BARBOSA 2019, p.72)

CAPÍTULO III

3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo serão apresentados os dados obtidos conforme pesquisa para análise e estatística, por meio do questionário estruturado e do procedimento da observação de campo, que foi aplicado para as “mulheres feirantes”, que atuam na Feira Coberta do Produtor, situada na Avenida Castelo, no Centro, do município de Benjamin Constant-AM, com a participação e colaboração de 51 pessoas, os resultados serão demonstrando em gráficos de barras e colunas para melhor interpretação e compreensão das informações. De acordo Marconi e Lakatos (2003, p. 231), a interpretação dos resultados é a parte mais importante do trabalho.

Este capítulo será abordado em quatro partes para discussão dos resultados de maneira objetiva e fundamentada, estas divisões encontram-se das seguintes formas: perfil das mulheres feirantes e como ingressaram neste ramo de negócio; origem dos recursos utilizados para abertura do empreendimento, existência de formalização como MEI, e participação em associações; identificação dos principais desafios e situação econômica da renda fixa mensal das feirantes; e produtos mais comercializados em ordem de importância e a categorização das feirantes.

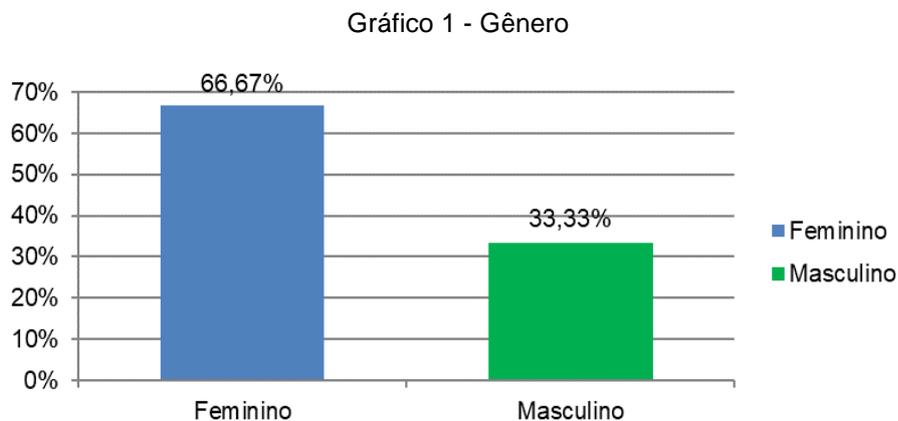
3.1 PERFIL DAS MULHERES FEIRANTES E COMO INGRESSARAM NESTE RAMO DE NEGÓCIO

As feiras livres se apresentam como importantes canais para comercialização, ou seja, é o espaço por onde ocorrem vendas de produtos. Diante das pesquisas realizadas é perceptível a grande maioria das mulheres inseridas neste âmbito de trabalho, com isto realizou-se um estudo para analisar o perfil e conhecer de forma aprofundada sobre a realidade dessas empreendedoras, encontradas no campo de pesquisa, realizando as suas funções como feirantes.

Essa seção é sobre o perfil das empreendedoras estudadas, contendo os seguintes dados sobre elas: estado civil, nacionalidade, naturalidade, faixa etária, nível de escolaridade, se tem filhos, sobre o tempo que reside no município de Benjamin Constant- AM, em relação ao tempo que trabalha como feirante e referente a profissão antes de ser feirante. Alguns dados, para facilitar a visualização, serão aqui apresentados em forma de gráficos de barras e colunas, outros apenas serão comentados no decorrer da análise tendo em vista a extensão da pesquisa.

No campo vivenciamos uma diversidade de situações que através de outros estudos, pode-se obter conhecimentos e também ajudar o público de forma que possam ajudar no reconhecimento e valorização do trabalho em empreender, principalmente as feirantes, pois de acordo com gráfico 1, a maioria dos trabalhadores da feira coberta do produtor são mulheres com 66,67% da população em geral existentes no local mencionado e apenas 33,33% são homens. De acordo com o Moreira (et. al., 2011) a participação das mulheres no mundo de empreendedora individual é expressiva. 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 2013).

O gráfico 1, mostra que diante das pesquisas em campo a porcentagem da ocupação das mulheres dentro da feira coberta do produtor, onde nos remete ao conhecimento que a maioria das mulheres são vendedora e revendedora.

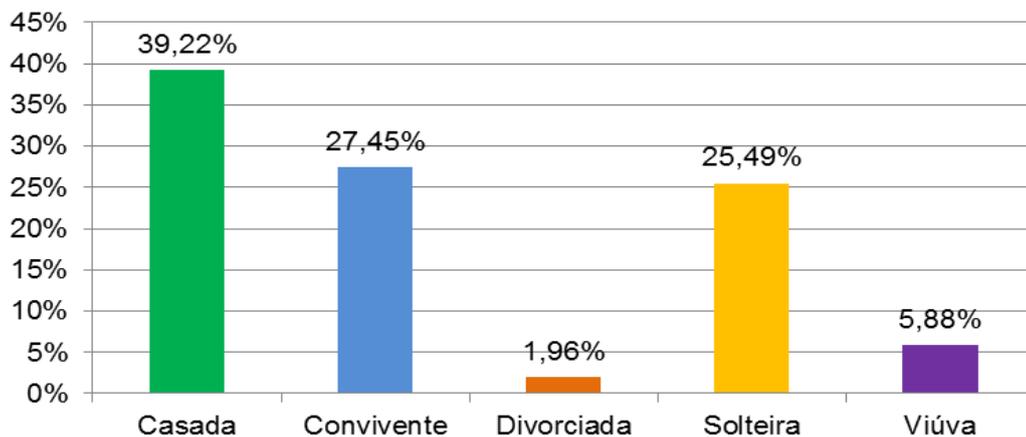


Fonte: Pesquisa de Campo (2021).

As mulheres procuram empreender onde seus corações estão, ou seja, por algo que querem muito, que amem que é um dos motivos que as levam a dedicar-se plenamente e tornar-se bem sucedida. Os sentimentos da mulher convergem tanto no trabalho quanto na família. (SCHAWBEL 2009 *apud* SILVA 2013).

No entanto muitas delas buscaram esse tipo de atividade para suas vidas por necessidade, falta de oportunidade de trabalho, e buscaram a venda e revenda de produtos agrícolas, dentre outros produtos para ajudar na sustentabilidade da família, onde a maioria das feirantes que foram entrevistadas são casadas, como mostra no gráfico 2.

Gráfico 2 - Estado civil das entrevistadas



Fonte: Pesquisa de Campo (2021).

Como mostra o gráfico 2, que diz respeito ao estado civil das feirantes, a maioria das entrevistadas são casadas, apresentando 39,22%, as outras mulheres responderam que são conviventes, com a obtenção de 27,45%, e as demais feirantes se consideram solteiras, com o percentual de 25,49% representando um público mais jovem, os quais buscam inicialmente estabilidade e independência financeira, somente 5,88% são viúvas e por fim 1,96% são mulheres divorciadas. As principais protagonistas dessa ocupação no mercado de trabalho, são mulheres casadas e convivente, que buscam empreendem para obter uma renda para sustentação familiar.

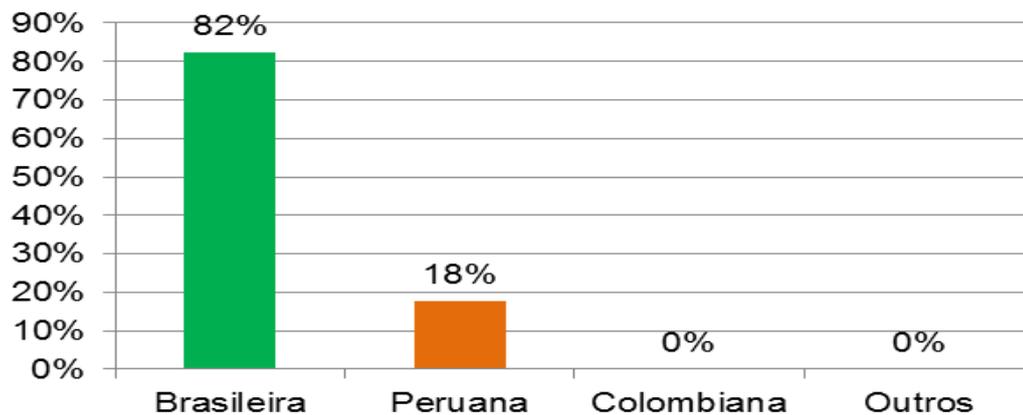
Ressaltando que todas as entrevistadas afirmaram que tem filhos, obtendo o resultado de 100%. Diante, percebe-se uma proporção maior de mulheres de família,

que além de feirantes são donas do lar, tendo além de seu trabalho, obrigações com filhos, maridos e demais familiares.

O gráfico 3, representa a nacionalidade das feirantes existentes na feira coberta do produtor no município de Benjamin Constant-AM, as mesmas foram entrevistadas. Encontramos no campo de pesquisa além da nacionalidade brasileira, existe a nacionalidade estrangeira, pois diante dos fatores geográficos tínhamos ciência que encontraríamos pessoas de outra nacionalidade neste local, por causa do referido município de Benjamin Constant, fazer fronteira com Peru (Islândia).

Portanto, buscamos também conhecer através da entrevista e diálogo um pouco da história das entrevistadas, seus sonhos, suas dificuldades e seus interesses com o empreendimento, exercendo a função de feirante e o porquê vieram residir no município de Benjamin Constant?

Gráfico 3 - Nacionalidade das feirantes



Fonte: Pesquisa de Campo (2021).

Analisando sobre a nacionalidade das feirantes, verificou-se que 82% das mulheres entrevistadas são brasileiras e em seguida 18% das feirantes afirmaram que são de nacionalidade peruana. Tal diferença pode ser explicada, pelo fato de a feira livre ser pertencente ao município brasileiro, com isto a predominância com participação maior é de mulheres brasileiras.

Para Lahire (2009, p.22):

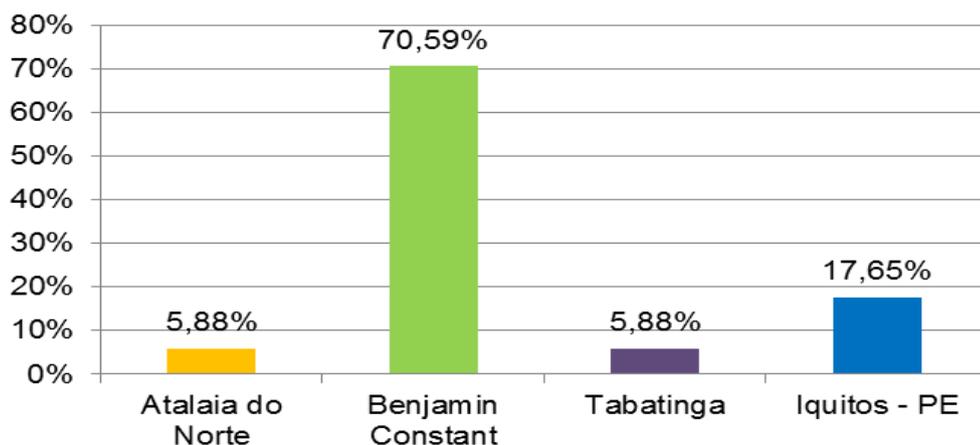
A origem familiar e o perfil dos pais é aspecto de grande relevância para compreender como um indivíduo se constituiu como tal desde sua infância,

em grande medida uma criança vê o mundo tal qual seus pais a ensinam a ver e quanto mais as situações nas quais ela viveu sob a influência destes se repetem no passado, mais este modo de ver o mundo parece uma segunda natureza. Assim, para explicar as ações dos indivíduos no presente, é também preciso conhecer sua origem familiar e trajetória de vida.

O gráfico 3, apresenta o levantamento de dados da pesquisa feita no campo sobre a nacionalidade das feirantes do município de Benjamin Constant, mais precisamente na feira coberta do produtor do referido município.

O gráfico 4, nos traz o conhecimento da naturalidade das feirantes que são objeto da pesquisa, diante do gráfico podemos destacar a porcentagem abrangente das feirantes entrevistadas e a sua naturalidade.

Gráfico 4 - Naturalidade das feirantes



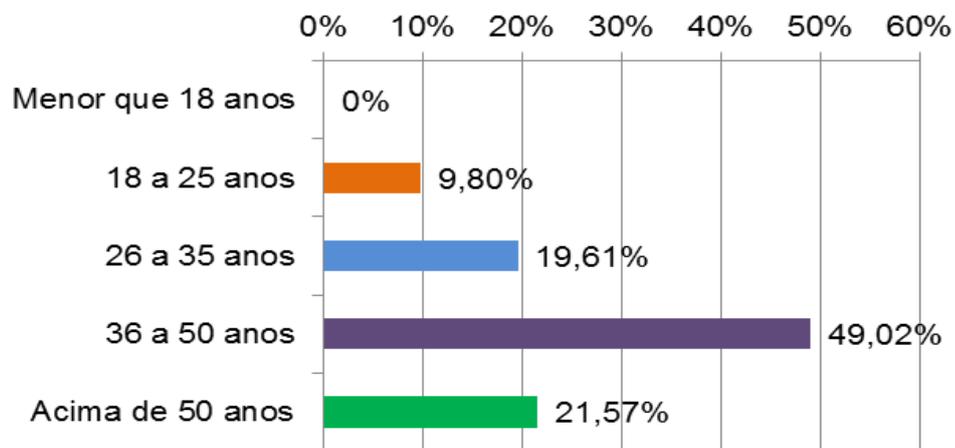
Fonte: Pesquisa de Campo (2021).

Em relação ao gráfico 4, representa dados informativos sobre a naturalidade das feirantes entrevistadas, percebe-se que estas mulheres, são por sua vez naturais de diferentes municípios e país, porém 70,59% são natas de Benjamin Constant e (17,65%) são senhoras naturais da cidade de IQUITOS - Peru, e por fim de forma igualitária obteve (5,88%) de empreendedoras pertencentes aos municípios de Atalaia do Norte e Tabatinga. Diante dos dados das pesquisas afirma-se que a maioria das mulheres são do município de Benjamin Constant, pois são pessoas que praticam as atividades de vendas e revendas de produtos agrícolas de uma herança familiar.

Os dados parciais do projeto PIB-A/0143/2019 “Feira coberta de Benjamin Constant – AM: sujeitos e produtos agrícolas” demonstram que os produtos são expostos em bancadas, acondicionados em sacos, peneiros e diretamente na bancada coberta com na comercialização pelos feirantes tanto por brasileiros como por peruanos, é o quilograma, saca, paneiro, palma, cacho, penca, maço e unidade. As unidades de medida variam em acordo com o tipo de produto. Os produtos comercializados na feira são de origem de comunidades ribeirinhas do próprio município de Benjamin Constant, acreditamos que a preparação ou confecção de vários produtos vendidos na feira resultam de conhecimentos e práticas transmitidas através de gerações

No campo de pesquisa encontramos senhoras de faixa etária diversas porém as mesmas exercem a função de feirantes da feira coberta do produtor no município de Benjamin Constant, o gráfico abaixo estimula as informações sobre a faixa etária das entrevistadas no campo de pesquisa.

Gráfico 5 - Faixa etária das entrevistadas



Fonte: Pesquisa de Campo (2021).

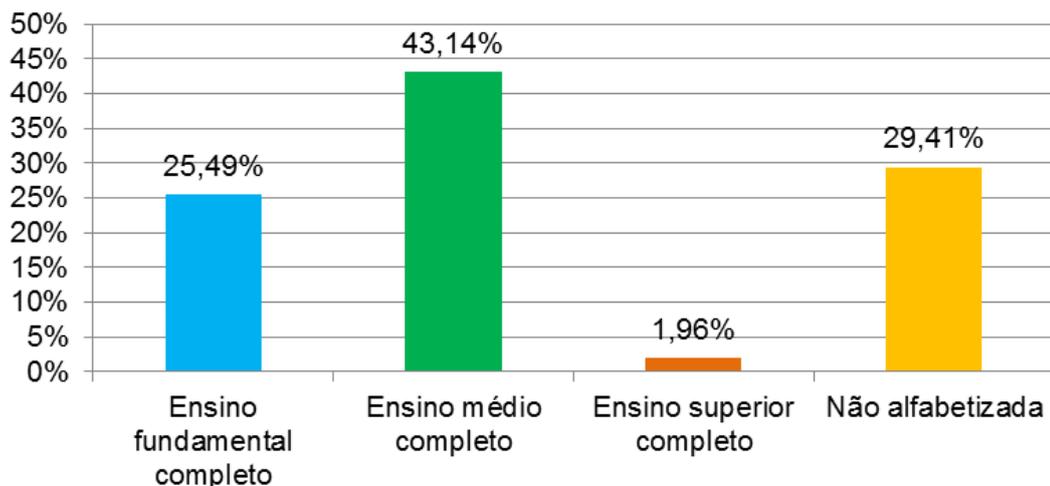
Neste gráfico 5 percebe-se que a faixa etária das entrevistadas mais expressivas se encontram em uma faixa etária entre 36 a 50 anos com 49,02%, entre acima de 50 anos obteve – se 21,57, em seguida com a faixa etária 26 a 35 anos apresenta 19,61% e por fim de 18 a 25 anos tiveram o percentual de 9,80% das participantes. De acordo com dados nota - se que as maiores idades estão entre 36 a

50 anos e acima da faixa etária de 50 anos totalizando o percentual de 70,59%. Demonstrando que as entrevistadas em sua maioria são pessoas maduras e com mais experiência de vida como também no trabalho e mães de família, porém há uma presença de um público de mulheres mais jovens, que apesar das poucas oportunidades de emprego embarcam nesta primeira experiência de ter seu próprio negócio.

De acordo com os estudos sobre a edição do Global Entrepreneurship Monitor (2019), mostra que no Brasil 52,5% tem uma faixa etária de empreendedores que estão na faixa entre 18 e 34 anos, enquanto 43,2% se situam entre 35 e 54 anos. Diante destas pesquisa e informação sobre a faixa etária no ramo do empreendedorismo mostra o interesse de pessoas mais jovens buscando se inserir no mercado de trabalho.

O gráfico 6 apresenta a pesquisa sobre as informações do grau de escolaridade das feirantes entrevistadas no campo de pesquisa, mais precisamente na feira coberta do produtor, do município de Benjamin Constant – AM. Diante do gráfico identificamos o percentual das entrevistadas em relação ao nível de escolaridade, ou seja, ensino fundamental completo, ensino médio completo, ensino superior completo e não-alfabetizada.

Gráfico 6 - Nível de escolaridade das feirantes



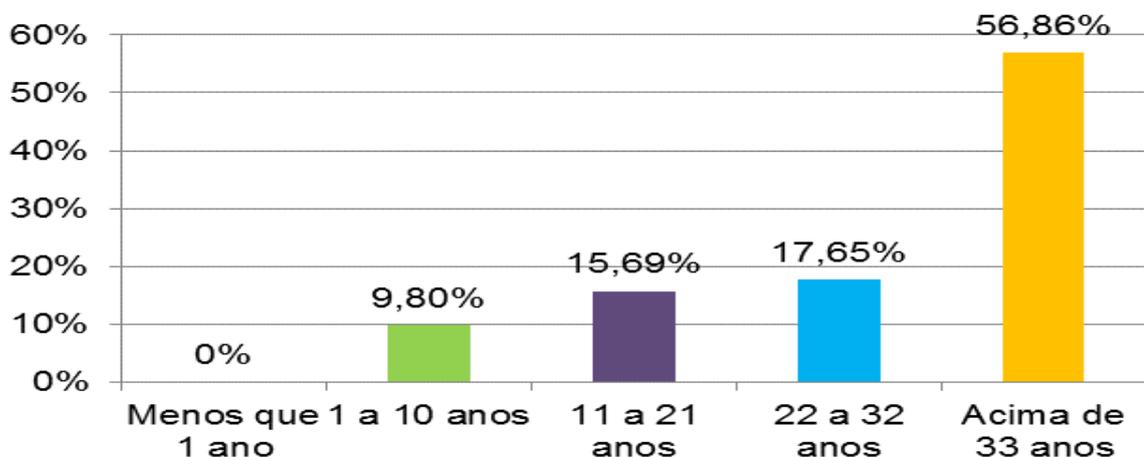
Fonte: Pesquisa de Campo (2021).

No gráfico 6 é notório o grau de escolaridade representativo, foi referente ao Ensino Médio Completo com resultado de 43,14% em seguida as entrevistadas responderam que concluíram apenas o Ensino Fundamental Completo 25,49% ainda prosseguindo com as entrevistadas afirmaram nunca terem estudado, ou seja, se enquadra na classe não alfabetizada que apresenta 29,41% e para finalizar o menor grau de escolaridade foi o Ensino Superior Completo que obteve 1,96% das mulheres feirantes.

Diante disso é possível notar que a maioria das entrevistadas possui Ensino Fundamental e Médio completo, que reflete que a grande parte dessas pessoas estão inseridas neste setor por falta de trabalho e principalmente necessidade para seu próprio sustento e de seus familiares, é importante ressaltar também que alta incidência de mulheres não alfabetizadas no ambiente se dá pelas poucas exigências de qualificação para ingressar como feirante, as mesmas afirmam que “são senhoras de maior idade que durante a sua juventude não tiveram oportunidades de estudo, e até mesmo quando ofertada, tiveram que abandonar para trabalhar”.

O gráfico 7 traz as seguintes informações, o tempo que as feirantes residem no município de Benjamin Constant, sabemos que nem todas elas nasceram no referido município, porém essa informação, diante da pesquisa torna-se de extrema importância, para idealizar o conhecimento sobre as atividades exercidas na feira coberta do produtor do referido município.

Gráfico 7 - Tempo de residência no município de Benjamin Constant



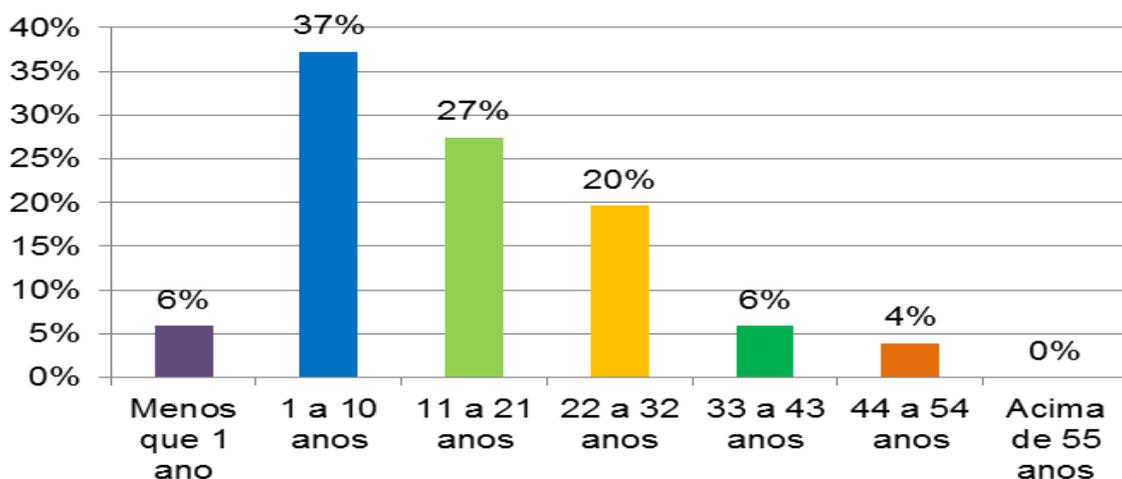
Fonte: Pesquisa de Campo (2021).

Em relação ao gráfico 7, outro dado relevante, é o tempo de residência destas feirantes no município de Benjamin Constant, sendo que 56,86% residem acima 33 anos na cidade, as demais entrevistadas moram de 22 a 32 anos que representa 17,65% as quais admitem ser de municípios diferentes como Tabatinga, Atalaia do Norte e países vizinhos como Peru e Colômbia, entre 11 a 21 anos obteve 15,69% e de 1 a 10 anos teve o resultado de 9,80%. Percebe-se que a maioria das empreendedoras tem naturalidade benjamim-constantense e, exercendo sua atividade para contribuição do desenvolvimento local da seu próprio município. E as demais tem menos tempo de residência, por ser de outra cidade ou país.

Encontramos no campo de pesquisa pessoas com bastante experiência no ramo de empreendedorismo feminino na feira coberta do produtor “Raimundo Freitas”, assim como também encontramos pessoas que iniciaram a prática dessa atividade recentemente, mais que sonhos e buscam ir além dos seus sonhos de sustentabilidade familiar.

O gráfico 8 traz as seguintes informações, o tempo que cada feirante trabalha neste local, mais precisamente feira coberta do produtor “Raimundo Freitas”, praticante a atividade de feirante. Diante do gráfico vimos a grande importância das informações obtidas, pois a mesma muito contribuem com a circulação econômica do município.

Gráfico 8 - Período em atividade como feirante

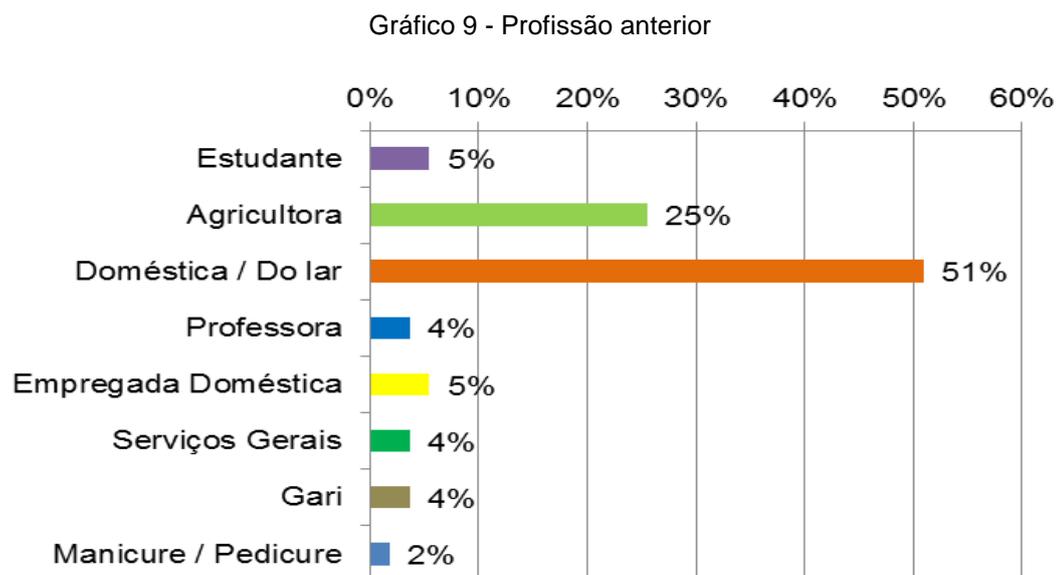


Fonte: Pesquisa de Campo (2021).

Percebe-se no gráfico 8, que 37% das entrevistadas atuam neste ramo de trabalho entre 1 a 10 anos, outras empreendedoras responderam entre 11 a 21 com resultado de 27% além disso tem feirantes que trabalham entre 22 a 32 anos o que representa 20% e as demais mulheres com menos de 1 ano e entre 34 a 43 anos apresentaram simultaneamente o percentual de 6% de atuação no setor que ingressaram e por fim de 44 a 54 anos obteve-se 4% referente ao tempo que trabalha como feirante. As empreendedoras entrevistadas com mais tempo de trabalho na área estão entre 1 a 10 anos e 22 a 32 anos totalizando o resultado de 64% mostrando uma parcela de mulheres iniciantes buscando conhecimento e experiência, em contrapartida a outra parte das mulheres tem mais tempo de trabalho, ou seja, tem uma grande experiência profissional.

As áreas de atuação destas feirantes são: vendas de produtos como (condimentos, frutas, legumes, verduras, derivados de frutas, derivado de macaxeira/mandioca) alimentos prontos para consumo, café da manhã, comidas e lanches e outros.

O gráfico 9 nos remete as informações sobre as profissões das entrevistadas no campo de pesquisa, antes de entrar neste ramo de empreendedorismo, na feira coberta do produtor, quais atividades exerciam? Diante das resposta pelas entrevistadas o gráfico apresenta das informações bem sucintas.

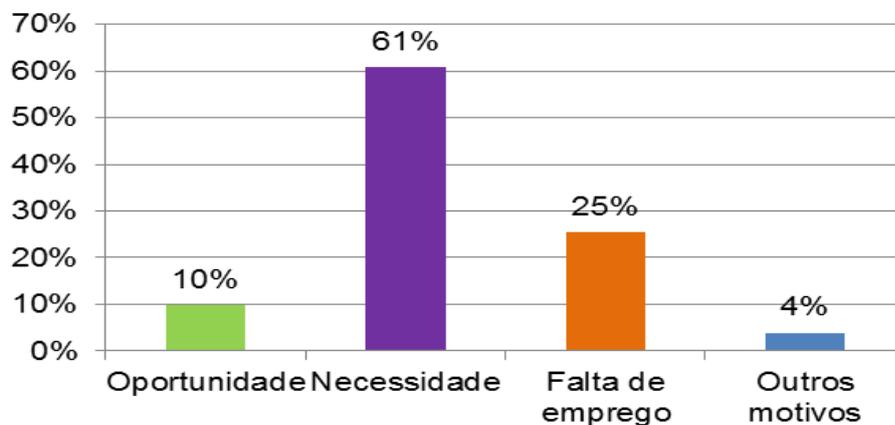


Fonte: Pesquisa de Campo (2021).

Conforme o gráfico 9 demonstra que as participantes relataram que antes de serem feirantes eram doméstica/do lar 51%, e as outras com 25% declararam ser agricultoras, as entrevistadas apresentam o mesmo percentual de 5% respondendo que antes de se tornarem feirantes eram estudantes e empregadas doméstica, com o resultado de (4%) podemos observar 3 classe distintas destas mulheres antes de atuarem na feira livre, tais como: professora, serviços e gari e por fim com o dado de 2% afirmaram que antes trabalhavam como manicure/pedicure. Estes dados só confirmam a busca por empregos com menos exigibilidade de qualificação no mercado de trabalho, como uma alternativa de empreender no mercado.

Analisando todas as informações dos gráficos acima, que nos remete a uma análise crítica, porém construtiva, buscamos informar no gráfico 10, o percentual dos maiores motivos que levaram as entrevistadas (feirantes), estarem praticando essa atividade de empreender.

Gráfico 10 - Motivo que levou a trabalhar como feirante



Fonte: Pesquisa de Campo (2021).

Em relação ao gráfico 10, a pesquisa ressalta os motivos que levaram as feirantes à abertura de seus negócios, com maior o percentual apresentado 61% elas esclarecem que as principais causas refere-se a necessidade para manter a sustentação da sua família, já com 25% é relativo a falta de emprego, ou seja, pouca oportunidade de emprego que o município oferece, assim as feiras livres se tornam um espaço de empreendedorismo feminino, as mulheres responderam que 10% é

referente a oportunidade, significando uma maneira para empreender e abrir seu próprio negócio, finalizando as outras entrevistadas relataram outros motivos que obteve 4% como a herança herdada pelos seus maridos e outros familiares já falecidos, um refúgio para sair da depressão e uma forma para assegurar uma renda complementar.

Neves (2013), aponta que o 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).

Existem diversos motivos pelos quais a inclusão da mulher no mercado de trabalho deve ser estudada e analisada, por produzir forte impacto nas relações sociais, pois implica uma mudança de modelo familiar e cultural, outro fato importante é relacionado com a discriminação de gênero, tanto em relação a diferenciais de salários quanto a postos de trabalho.

A inserção da mulher no mundo do trabalho, ao longo desses anos, vem acompanhada de elevada discriminação, não só em relação à qualidade de ocupações que têm sido criadas tanto no setor formal como no informal, mas no que se refere à desigualdade de remuneração entre homens e mulheres. (MAIA; LIRA, 2004).

Com isto, é notório que mais da metade da população estudada como objeto da pesquisa, ingressaram neste ramo de negócio principalmente pela necessidade, o intuito de ganhar dinheiro por meios de canais de comercialização para sustentar sua família.

3.2 ORIGEM DOS RECURSOS UTILIZADOS PARA ABERTURA DO EMPREENDIMENTO, EXISTÊNCIA DE FORMALIZAÇÃO COMO MEI, E PARTICIPAÇÃO EM ASSOCIAÇÕES

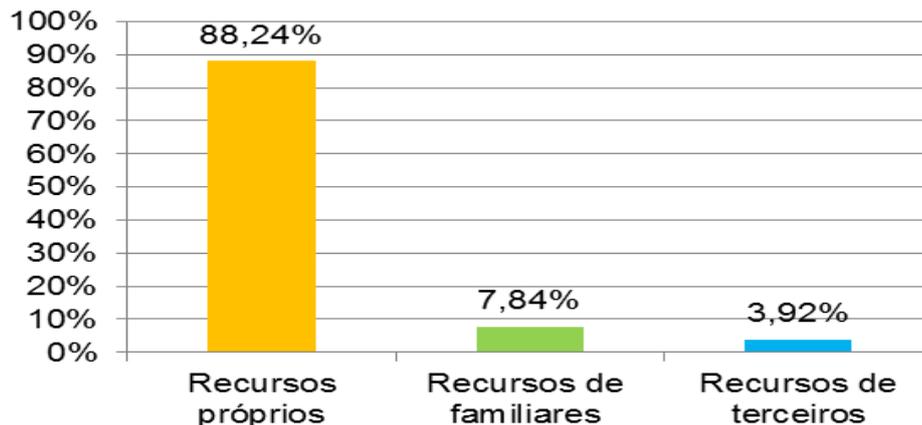
Nesta subseção tratou-se das seguintes questões, quais foram os recursos usados para iniciar o empreendimento; possui cadastro como microempreendedor

individual (MEI) e em caso negativo qual foi motivo que não realizou a formalização; contribui com a previdência social (INSS) e se participa de alguma associação.

Como demonstra o gráfico 11, tratando dos negócios 88,24% das feirantes abriram seus negócios com recursos próprios, e já as demais mulheres obtiveram 7,84% com apoio dos familiares e apenas 3,92% buscou recursos de terceiros, tais como: empréstimo em bancos ou alguém que pudesse emprestar o dinheiro para realizar abertura do negócio.

Segundo Dornelas (2007) os empreendedores cooperados o trabalho em equipe para eles é primordial. Seu objetivo de vida é crescer e atingir a independência. São pessoas que possuem poucos recursos e correm pouco risco.

Gráfico 11 - Origem do recurso utilizado para abertura do empreendimento



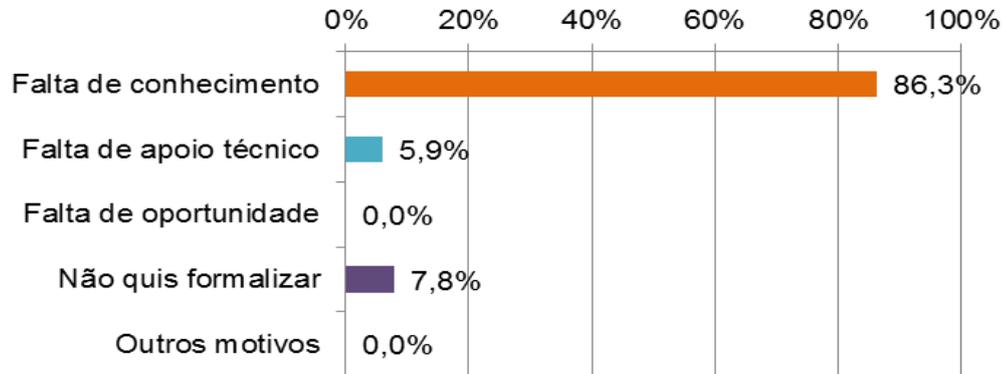
Fonte: Pesquisa de Campo (2021).

De acordo com Dornelas (2007), o empreendedor informal também é conhecido como empreendedor por necessidade. Esse tipo de empreendedor não tem visão de longo prazo, ele tem visão do agora, do atender suas necessidades naquele momento. Ele trabalha para garantir o suficiente para viver e seus riscos no negócio são relativamente baixos.

Em virtude dos relatos pode se identificar que 100 % das feirantes não possui cadastro como microempreendedora individual, que segundo as mesmas, responderam que não formalizou o seu empreendimento por falta de conhecimento, falta de apoio técnico e simplesmente por não querer regularizar. Em seguida um

gráfico mostrando os dados referentes aos motivos que estas mulheres de forma unânime não possui cadastro.

Gráfico 12 - Motivo pelo qual não formalizou o empreendimento

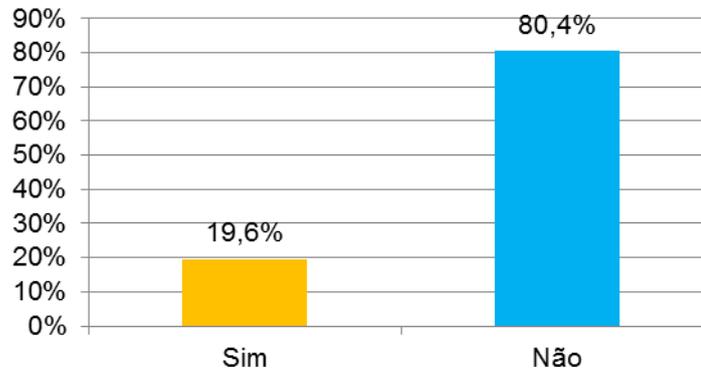


Fonte: Pesquisa de Campo (2021).

Segundo o gráfico 12, é perceptível que a grande parcela das feirantes responderam que não possui cadastro de regularização legal para o seu empreendimento, por falta de conhecimento do programa MEI no qual representou 86,63% de acordo com as demais entrevistadas responderam que não quiserem fazer a formalização do negócio com 7,8%, assim o restante das feirantes apresentaram com 5,9% afirmaram que não possui cadastro por falta de apoio técnico. Pode-se observar que a maioria das empreendedoras não possui cadastro como MEI, por falta de informação e conhecimento sobre o assunto.

De acordo com os dados a maioria da feirantes afirmaram que não contribui com a previdência social (INSS) das feirantes no que representou (84,3%) e apenas (15,7%) contribuem com este programa supracitado. Nota-se que maioria das empreendedoras não se preocupam em contribuir, conseqüentemente perde a qualidade de ser assegurada e obter acessos a diversos benefícios, como estes: aposentadoria por tempo de contribuição; aposentadoria por idade; pensão por morte; auxílio- doença; auxílio-acidente, salário maternidade entre outros benefícios.

Gráfico 13 - Ocorrência de participação em associações de classe



Fonte: Pesquisa de Campo (2021).

Desta forma conforme o gráfico 13, mostra de forma expressiva que 80,4% das feirantes não participam de nenhuma associação, algumas relataram essa ausência de não participar devido ao encerramento da associação que antigamente existia na feira, com isto apenas 19,6% participar em algum tipo de associação.

De forma geral nos gráficos que foram supracitados com as seguintes questões: quais foram os recursos usados para iniciar o empreendimento; possui cadastro como microempreendedor individual (MEI) e em caso negativo qual foi motivo que não realizou a formalização; contribui com a previdência social (INSS) e se participa de alguma associação. Com isto, concluímos que 100% das feirantes praticam o empreendedorismo informal. Sendo assim não é irregularidade a prática do mercado informal, subestimam irregularidade e o ilícito do trabalho informal centralizando todos os praticantes da atividade, onde não é bem assim, em caso devem ser definidas as irregularidades que acontecem dentro deste mercado de trabalho como afirma Dornelas (2007).

Buscamos compreender algumas atividades ilícitas dentro do mercado de trabalho informal como a biopirataria, o superfaturamento de produtos, a venda de produtos sem orientações. Azais, Kessler e Telles (2012, p. 57) ressalta a definição sobre as atividades praticadas no mercado, dizendo que a pratica do trabalho informal é:

Em um contexto em que o trabalho assalariado formal nunca chegou a se generalizar, o mercado informal seria o reflexo das chamadas incompletudes da modernidade brasileira, seja como a persistência de atividades tradicionais caracterizadas pela pouca separação entre capital e trabalho, ou como parte das estratégias de sobrevivência de uma massa marginal já não absorvida nos processos hegemônicos da economia, ou ainda como a simbiose que marcaria a especificidade da acumulação capitalista na periferia do sistema onde o atrasado e o moderno, o formal e o informal se alimentam da existência um do outro.

Com base a esses aspectos sobre economia informal e a classificação das atividades praticadas que definimos alguns autores praticantes legais do trabalho informal, que realizam as atividades com consciência sem exploração e sem irregularidade de vendas dos produtos, somente a busca da sustentabilidade, de freguês bons e ótimos lucros, fazendo as economias render ainda mais.

A cada dia, a inflação comercial passa a crescer, os produtos ficam cada vez mais caros e a sustentabilidade cada vez mais difícil, devido esses fatos, dentre outros, que a procura da atividade do comércio informal torna-se mais comum, caracteriza-se como uma alternativa de lucratividade e uma saída de emergência a centenas de pessoas. São desempregados, aposentados ou apenas quem deseja juntar um dinheiro extra para a realização de seus sonhos.

De acordo com Magnani (2002, p.8):

As grandes cidades certamente são importantes para análise e reflexão, não apenas porque integram o chamado sistema mundial e são decisivas no fluxo globalizado, mas também porque concentram serviços, oferecem oportunidades de trabalho, produzem comportamentos e determinam estilos de vida.

Nesta configuração, incapaz de absorver o contingente de trabalhadores nas grandes cidades e no crescimento desordenado dos centros urbanos, o comércio informal nasce como uma "saída de emergência", produzindo um novo estilo de vida e permeando o espaço urbano com intensidade. (TELLES, 2012)

No campo de pesquisa uma das atividades mais conhecidas como informal é a venda de produto sem logradouros e praças dos centros urbanos das cidades, onde é realizada de modo itinerante ou fixa em barracas, denominados feiras municipais ou simplesmente feiras, o fato torna-se uma realidade semelhantes ao município de Benjamin Constant – AM, em seu desenvolvimento social, a falta de oportunidade de emprego, cresce junto como o desenvolvimento social.

O referido município de Benjamin Constant - AM, faz fronteira com Peru (Islândia), formando o centro do município em canais de comercialização de trabalho, que definimos também como empreendedorismo informal, uns pela busca da sobrevivência, outros pelo sonho de crescer financeiramente no mercado de trabalho, visando a possibilidade de ajudar a família na sustentabilidade e na formação de profissionais no mercado de trabalho, incentivando seus filhos a cursar uma faculdade, nem que seja particular.

Desta forma, Carneiro (1998, p. 43) afirma que:

O setor informal funcionária, portanto, como uma verdadeira forma de sobrevivência da pequena produção e das pessoas nela engajadas que não apresentam as qualificações requeridas para ingressar no setor formal ou que, se as apresentam, não foram absorvidas dada a dotação dos fatores de produção que privilegia o capital em detrimento do trabalho.

O centro comercial de Benjamin Constant –AM, é tomado de comerciantes praticantes do trabalho informal, tanto brasileiros, quanto peruanos tem bancas, quitinetes, lojinhas improvisadas, onde de tudo um pouco e comercializada, produtos de casa, mesa e banho, utensílios de cozinha, ferramentas de trabalhos elétricos e de construção dentre outro. Onde alguns produtos são de nacionalidades estrangeiras, porém, neste ponto não há uma fiscalização, deixando a desejar sobre os repasses aos impostos ofertados ao município pelo governo federal.

A prática do trabalho informal é exercida por pessoas não assalariadas que montam através de suas estratégias, meio para a sobrevivência de uma família. O trabalho informal torna-se uma acumulação capitalista na periferia do sistema onde o atrasado e o moderno, o formal e o informal se alimentam da existência um do outro, em meio à globalização.

No município também encontramos trabalhadores que em meio as suas atividades do trabalho informal, os mesmos estão organizados em associações muitos dos trabalhadores como os moto-táxi, carregadores de carga, feirantes, os vendedores de pastéis e pescadores alguns desses grupos já são organizados em associação outros em outro grupo de movimento para melhor as vendas e o mercado de trabalho.

Todos esses grupos de trabalhadores informais, podemos dizer assim, se reúnem para dialogar sobre as vendas, produtos comercializados, preços das

passagens, planejar eventos para arrecadar verbas para a associação ou organização se manter-se funcionando ou ajudar algum membro que o mesmo possa precisar em caso urgente.

Diante das informações obtidas pela entrevista, vale ressaltar que as feirantes não buscaram formalizar o empreendimento por falta de conhecimento, apoio técnico, por dificuldades e outras não tem interesse em formalizar. No entanto nenhuma das entrevistadas no campo de pesquisa, praticam o empreendedorismo formal, não cumprido assim com as suas obrigações na legalidade de suas atividades no mercado de trabalho, como também não contribuem com o INSS, no pagamento dos impostos, e é claro não usufruindo das vantagens que exercer um empreendedorismo formal. Pois uma das principais vantagens é não ter que enfrentar toda a burocracia referente ao registro nos órgãos competentes. Outra vantagem: tudo que é produzido e vendido, tirando-se os custos diretos, o saldo é do empreendedor, não tendo que recolher nada ao governo. São muitas, mas a principal é o negócio não ter escala.

A magnitude da força de trabalho dentro do setor formal da economia e das oportunidades que tem esses indivíduos de produzir ou vender alguma coisa que lhe proporcione algum rendimento. Podemos afirmar diante dos estudos que os setores informais e formal participam de um mesmo mercado. Porém em alguns comércios que compõe este setor não predomina a divisão entre proprietários do capital e do trabalho, cuja característica é do setor formal e consequentemente o salário não e a forma mais usual de remunerar o trabalho apesar de que a produção está voltada principalmente para o mercado.

Reconhecer então sobre o setor formal tem a sua diferenciação aos outros setores, pois no interior da estrutura produtiva e ocupacional do setor formal e determinante e diferencialmente começando pelo salário. Uma das principais vantagem do trabalho formal é poder contar com a proteção das leis trabalhista como auxilio doença, salario maternidade, FGTS, férias, 13° salário, aposentadoria, seguro desemprego entre outras vantagens.

A participação em sindicatos ou associações são de suma importância para tratar e encaminhar questões e sugestões relacionada a feira, em busca de melhorias ao espaço físico e uma organização de todos participantes envolvidos.

3.3 IDENTIFICAÇÃO DOS PRINCIPAIS DESAFIOS E SITUAÇÃO ECONÔMICA DA RENDA FIXA MENSAL DAS FEIRANTES

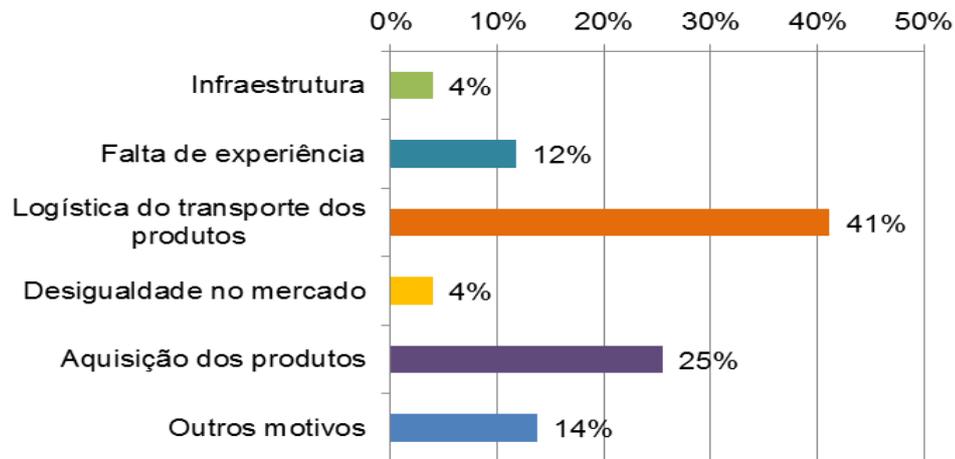
Neste subtópico aborda-se sobre os principais desafios da profissão de ser feirante; referente a renda econômica fixa mensal; se possui outro rendimento além da atividade como feirante; se recebe algum tipo auxílio financeiro do governo e possui alguém para lhe ajudar no seu estabelecimento.

O papel decisivo que a agricultura familiar desempenha, na vida dos produtores – vendedores e revendedores é sonhos de empreender e assegurar sua sustentabilidade. Assim, em regiões em que predomina este tipo de agricultura as diferenças tornam-se, comparativamente às áreas dominadas pelo agronegócio. Duas diferenças são visíveis: a maior preservação dos recursos naturais e um espaço físico ocupado com gente. A agricultura familiar no sentido de manter grande parte das ocupações rurais sob sua responsabilidade.

Os dados do último Censo 2019 Agropecuário confirmam essa tendência, uma vez que mais de três quartos de todas as ocupações existentes atualmente no meio rural do país estão vinculadas diretamente ao sistema familiar de produção. Seria muito importante dar mais atenção à agricultura familiar, deixar de vê-la como ‘agricultura de subsistência’ e enxergar nela o potencial de inserção produtiva e de mercado.

Trata-se de um segmento muito importante para o abastecimento, a produção e a distribuição de alimentos e, como tal, deve ser tratada pelo setor público tanto quanto pelo privado. Dando valor ao um bem de serviço comercial que deveria ter mais investimento, deste modo trazendo qualidade de vida a sociedade, como geração de renda também. A atividades da agricultura família torna importância no mercado de empreendedores informais.

Gráfico 14 - Desafios da profissão feirante



Fonte: Pesquisa de Campo (2021).

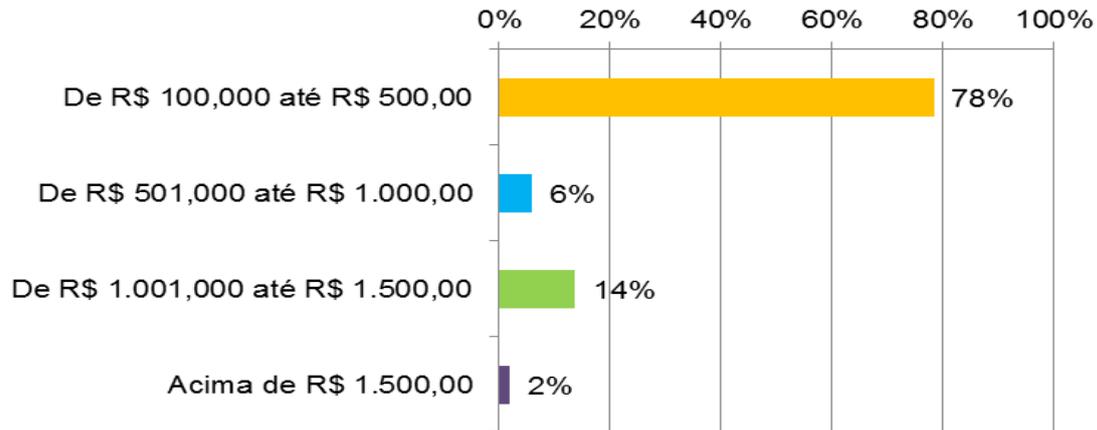
No gráfico 14, referente aos principais desafios enfrentados em sua profissão, a grande maioria das mulheres relataram que é a logística de transporte dos produtos com 41%, prosseguindo 25% das feirantes afirmaram que é direcionado aquisição dos produtos, já 14% desta empreendedoras indagaram que são outros motivos como: rotina exaustiva e a ordem da área de venda, sendo que 12% afirmaram que é a falta de experiência no setor de atuação e por fim com 4% de forma igualitária as entrevistadas falaram que a infraestrutura e desigualdade no mercado são os seus principais desafios enfrentados pela profissão.

Buscando conhecimento sobre renda fixa mensal das referidas feirantes, no campo de pesquisa, chegamos através das entrevistas, a coleta das informações compatível a referida pergunta sobre o assunto, onde as mesmas estão apresentadas no gráfico 15.

Segundo Helfand e Pereira (2012), é cada vez mais visível a necessidade de maior integração entre as atividades agrícolas e não agrícolas. Bem como novas formas de organização do trabalho, para garantir um rendimento maior no meio rural. A comercialização de espécies e produtos oriundos na agricultura familiar, em uma região, contribui na manutenção da unidade familiar por meio da produção e venda dos produtos agrícolas e as feiras livres se apresentam como importantes canais de comercialização. Nessa perspectiva, conhecer e analisar o processo de comercialização dos produtos agrícolas na feira livre, no município de Benjamin

Constant - Amazonas. Os sujeitos sociais da pesquisa os agricultores e agricultoras que vendem ou revende os produtos agrícolas na feira.

Gráfico 15 - Renda fixa mensal individual



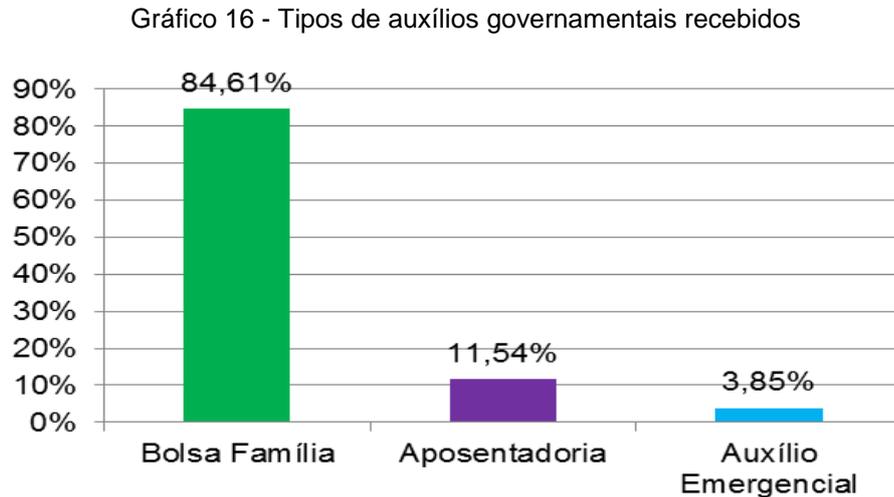
Fonte: Pesquisa de Campo (2021).

De acordo com gráfico 15, identificou-se que estas mulheres tem o índice expressivo com renda fixa mensal de R\$ 100,000 até R\$500,00 que apresenta 78% em seguida as feirantes afirmaram que sua renda fixa mensal é de R\$ 1.000,00 até R\$ 1.500,00 obtendo 14% e as entrevistadas responderam que se faturamento mensal é relativo R\$ 501,000 até R\$ 1.000,00 com 6% e finalizando as demais senhoras relataram possuem uma renda mensal fixa acima de R\$ 1.500,00 com percentual de 2%.

A maioria das feirantes, por sua vez, afirmaram com 96% que não possui outro rendimento além da sua atividade exercida como feirante, que complemente sua renda mensal familiar, porém apenas 4% destas mulheres apresentam que receber outra tipo de renda complementar como serviços gerais e professora. Percebe-se que as pessoas envolvidas como objeto de pesquisa só possui uma renda para sustentar a si mesma como também sua família

Outro dado relevante é relacionado ao recebimento de algum tipo de auxílio financeiro sendo que 51% das feirantes responderam que receber sim auxílio tais como: bolsa família, aposentaria e auxilio emergencial e apenas 49% destas mulheres

responderam que não receber absolutamente nada do governo. Diante dessas informações mencionadas será mostrada o gráfico a seguir com os tipos de auxílio recebidos por elas.

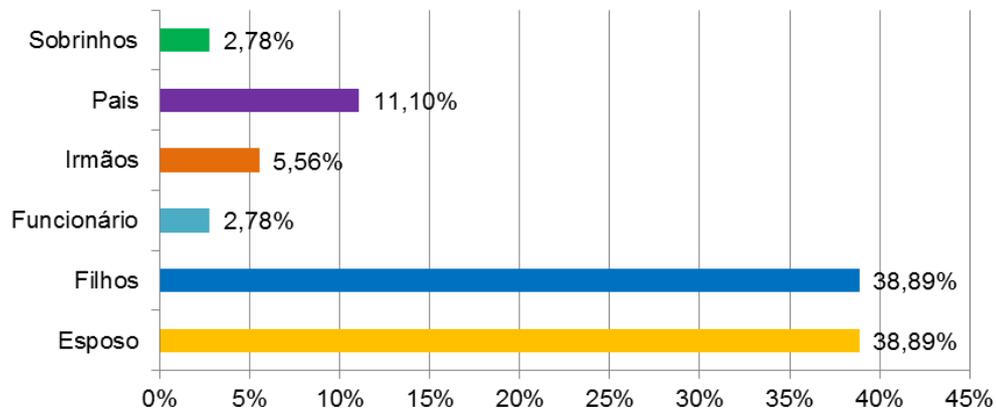


Fonte: Pesquisa de Campo (2021).

Em relação ao gráfico 16, a maioria dessas mulheres que atuam como feirante são mães, assim estas afirmaram que bolsa família como 84,61% prosseguindo com os relatos da pesquisa foi encontrado uma parcela de senhoras mais de idade assim recebendo o auxílio do governo referente aposentadoria, segundo estas afirmam com 11,54% recebem este benefício e já demais feirantes responderam que teve ajuda de custeio do auxílio emergencial com 3,85%.

De acordo com as respostas da feirantes foi possível que 61% delas recebem ajuda e apoio de seus esposos, filhos, sobrinhos, seus próprios pais e funcionários no seu estabelecimento. Conforme o gráfico 16 será possível observar quem dos familiares tem incidência maior em ajudar estas mulheres como ditas anteriormente.

Gráfico 17 - Identificação das pessoas que ajudam no estabelecimento



Fonte: Pesquisa de Campo (2021).

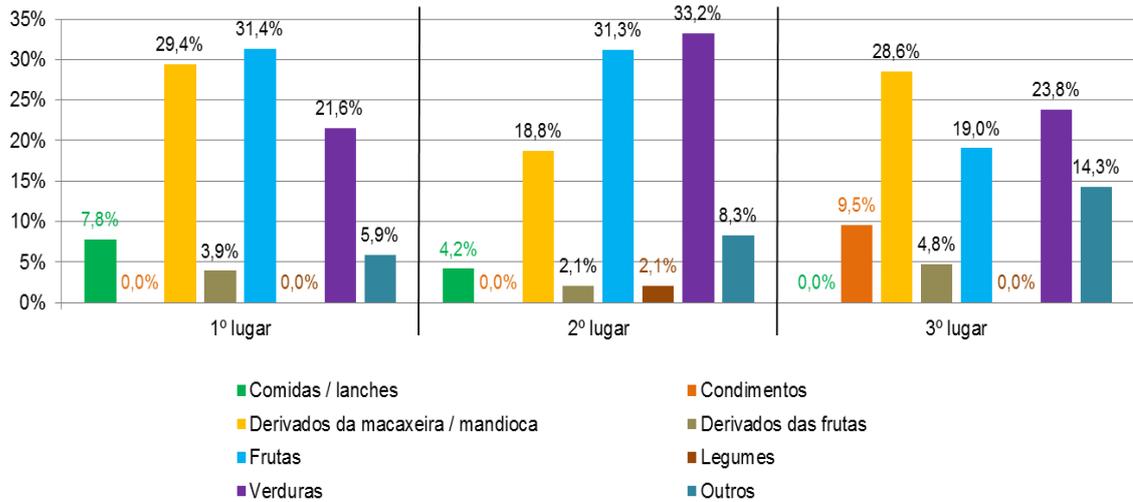
De acordo com gráfico 17, mostra que maioria das feirantes tem ajuda dos familiares e principalmente de filhos e maridos com total de percentual equivalente (77,78%) e já algumas feirante que é público mais jovem responderam que recebe ajuda dos seus pais com (11,10%), as outras mulheres relataram que recebem ajuda de irmãos obtendo (5,56%), prosseguindo algumas feirantes que possuem boxes afirmaram que (2,78%) contratam funcionário, estes não possuem vínculo familiar, sendo pagos diariamente e para finalizar as feirantes apresentaram que tem apoio de sobrinhos de (2,78%).

3.4 PRODUTOS MAIS COMERCIALIZADOS EM ORDEM DE IMPORTÂNCIA E A CATEGORIZAÇÃO DAS FEIRANTES

Nesta seção irá abordar sobre quais os produtos mais vendidos em ordem de importância e como essas feirantes estão enquadradas em respeito à definição.

Sobre as informações contidas no gráfico 18 que representa a categoria de produtos mais comercializados em ordem de importância, onde muitos deles são produtos agrícolas, buscamos aqui fazer um levantamento dos mesmos produtos comercializados dentro do campo de pesquisas, pelas as feirantes.

Gráfico 18 - Categorias de produtos comercializados e grau de importância



Fonte: Pesquisa de Campo (2021).

Deste modo através das pesquisas constatou em três dimensões favoráveis de classificação em (1º, 2º e 3º lugar), ressaltando que cada lugar totaliza com percentual de 100 % dos produtos mais comercializados ou mais vendidos, através da pesquisa aplicada na população estudada, podemos identificar e perceber que o primeiro ranque ficou da seguinte forma, em 1º lugar com 31,4% as frutas, em 2º lugar com 29,4% derivado de macaxeira/mandioca (farinha, macaxeira e tapioca), em 3º lugar com 21,6% verduras. No segundo ranque obtivemos em 1º lugar com 33,2% verduras, em 2º lugar com 31,3% as frutas e em 3º lugar com 18,8% os derivados da macaxeira/mandioca. Com isto, no terceiro ranque tivemos as seguintes informações em 1º lugar com 28,6% os derivados de macaxeira/mandioca, em 2º lugar as verduras com 23,8% e em 3º lugar com 19,0% as frutas.

Diante da pesquisa em relação as categorias dos produtos mais comercializados tivemos a venda de frutas (maracujá, banana, abacaxi, laranja, melancia, maçã, goiaba, mamão,) derivado de macaxeira/mandioca (macaxeira, farinha, tapioca) e verduras (pimenta cheirosa, pimentão, cebola, pepino, couve) esses são os três produtos mais comercializados no campo de pesquisa, mais precisamente na feira coberta “Raimundo Freitas” no município de Benjamin Constant.

Os dados parciais do projeto PIB-A/0143/2019 “Feira coberta de Benjamin Constant – AM: a variação de preços ocorre por influência do ciclo sazonal, os produtos, geralmente, são cultivados em área de várzea e no período de seca do rio

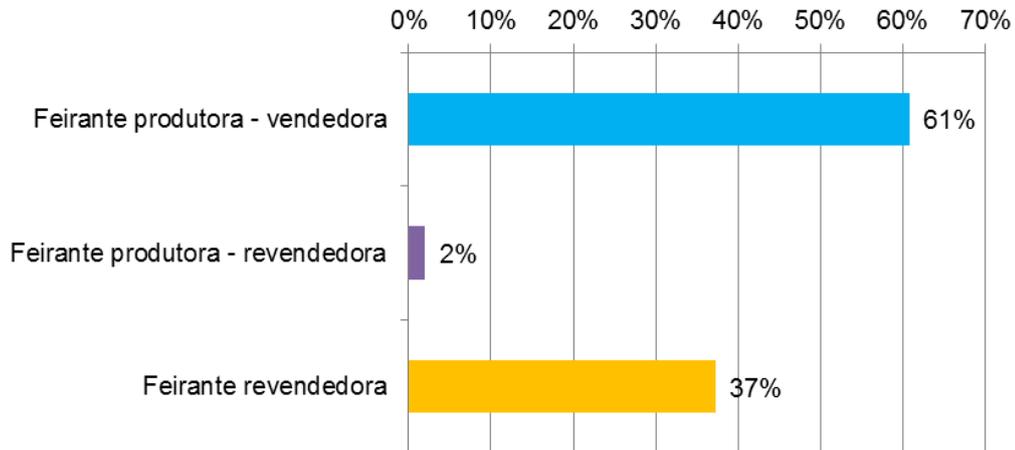
os produtos estão com o preço, relativamente, mais barato, tanto produtos da categoria frutas, hortaliças, mandioca e derivados, condimentos e plantas medicinais. A importância da continuidade dessa pesquisa está atrelada a falta de registros históricos nas instituições ligadas ao setor primário, secundários especialmente ao abastecimento de produtos agrícolas na área urbana.

O gráfico 19, nos mostra as seguintes informações, sobre a definição do tipo de feirante. Pois diante das pesquisas tivemos a classificação dos mesmos através do seu próprio reconhecimento mediante a atividade que exerce.

Segundo Shanin (2008), os agricultores familiares, destacando os séculos XX e XXI, passaram a adquirir flexibilidade para encontrar novas formas de ganhar a vida, assim, combinando trabalho no campo e fora dele. A agricultura familiar é uma atividade reconhecida, mais pouco valorizada, porém a mesma entra no contexto de desenvolvimento econômico do Brasil, pois movimenta grandes recursos em suas industrialização e exportação para outros países. A agricultura familiar é reconhecida como a principal fornecedora de produtos destinados à alimentação humana.

No referido município de Benjamin Constant – AM, diante das pesquisas a comercialização dos produtos agrícolas ocorre, geralmente, nas feiras das sedes dos municípios e é uma prática de comércio antigo, surgiu na Idade Média e obteve um importante papel no desenvolvimento de cidades no âmbito comercial por meio de trocas e relações econômicas (BERNARDINO, 2013). Neste sentido, a economia presente na calha do Solimões-Amazonas está orientada, basicamente, para as atividades de Agricultura e Extrativismo, com o uso e o manejo dos recursos ambientais (NODA, 2007). Conforme Cruz (2012), agricultores, feirantes e consumidores realizam a compra e venda dos produtos agrícolas nas feiras, nesse processo são construídas relações sociais entre os vendedores (feirantes) e consumidores. Boechat e Santos (2009) afirmam que, o processo de comercialização dos produtos agrícolas nas feiras enriquece o capital cultural, adquirido por meio das experiências, cada um com sua bagagem individual, agricultores, feirantes e consumidores conforme suas origens.

Gráfico 19 - Definição dos tipos de feirante



Fonte: Pesquisa de Campo (2021).

De fato, os dados exibidos no gráfico 19, nos remete as informações sobre a definição do tipo de feirante existente no campo de pesquisa, sendo feirantes produtoras – vendedoras com 61%, feirantes produtoras – revendedoras 2% e feirantes revendedoras 37% esses dados percentuais adquiridos foram da população estudada, no campo de pesquisa. Diante deste dados é possível observar que a maioria das mulheres presente na “feira livre” são definidas como mulheres produtoras e vendedoras, ou seja, aquelas que planta, colhe e comercializam os produtos agrícolas para sua renda mensal e manutenção da família.

Segundo Noda et al. (2013), a produção é destinada primordialmente para a manutenção da família, seja para autoconsumo e/ou para comercialização de produtos para obtenção de renda monetária, utilizada para aquisição de produtos não produzidos nas unidades familiares. Desta forma, a agricultura familiar desenvolve um importante papel na reprodução social e econômica das famílias. Também, contribui para o abastecimento dos municípios.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo feminino é uma tendência que está alavancado de maneira crescente, e que inspira cada vez mais as mulheres a abrirem seus próprios negócios, conquistando seu próprio espaço e buscando a liderança feminina, o reconhecimento, acolhimento e o respeito no mercado de trabalho.

Diante desta pesquisa, através da temática sobre o Empreendedorismo feminino: uma análise do perfil e realidade das mulheres feirantes, na feira coberta do produtor “Raimundo Freitas” no município de Benjamin Constant – Amazonas, sendo que este trabalho teve como objetivo geral analisar e compreender o perfil e realidade econômica das feirantes que atuam na “feira livre”. E seus objetivos específicos foram: identificar as características empreendedoras das feirantes; definir os motivos pelos quais ingressaram nesse setor, bem como o interesse na formalização dos seus empreendimentos; e descrever os desafios das feirantes em empreender.

Desta forma, vimos a necessidade das informações e dos conhecimentos que as feirantes precisam para formalizar seus empreendimentos, pois muitas delas sonham e através desses sonhos, a perspectiva de crescer no ramo do empreendedorismo torna-se um desafio. Pois muitas delas tem capacidade e habilidade, com boas características de serem grandes empreendedoras de sucesso, acreditamos que por falta de informações e conhecimentos não crescem ainda mais, porém, sonham muito alto e buscam a idealização desses sonhos.

Analisando a vivência no campo de pesquisa, os resultados foram satisfatórios através dos diálogos e foram possíveis com as feirantes, pois as mesmas sentem – se felizes com as práticas e funções que estão exercendo na feira coberta do produtor “Raimundo Freitas” no município de Benjamin Constant, onde afirmam que a prática dessa atividade é um trabalho honesto.

Os resultados da pesquisa indicam, sobretudo, que as mulheres investigadas, muitas vezes, apresentam-se como mantedoras de seus lares. A opção por se tornar feirante, em muitos casos, surgiu da necessidade, da falta de oportunidade, falta de emprego. No entanto, através de trabalho árduo, elas se inseriram neste mercado, que faz poucas exigências de qualificação.

Tais empreendedoras obtém renda para atender, principalmente, as demandas familiares. O perfil das entrevistadas revela que são mulheres experientes e senhoras

mãe de família, obtendo ajuda de filhos nesta atividade laboral, por falta de oportunidade, ainda assim, conciliam seus estudos com o trabalho. Essas mulheres transpuseram e continuam transpondo no seu cotidiano, inúmeras dificuldades para se manter economicamente ativas, apesar, de não buscarem apoio de instituições que colabore para o crescimento de seu pequeno negócio.

Assim, essas mulheres permanecem no mercado, gerando emprego e renda para si e seus familiares e até mesmo para outras pessoas quando contratam empregados, as quais criam e mantem seus negócios apesar das dificuldades como manutenção do lar. Diante do exposto, a presente pesquisa revelou-se como uma oportunidade valiosa de se conhecer um pouco mais a realidade econômica das diversas mulheres feirantes que atuam na Feira Coberta do Produtor “Raimundo Freitas” no município de Benjamin Constant-Amazonas, sejam elas brasileiras ou peruanas, casadas ou solteiras, com filhos ou sem filhos, jovens ou experientes, o importante é ressaltar que elas estão buscando seu espaço no mercado, apesar deste ainda ser tão limitado à esta classe.

O referido município de Benjamin Constant, fazer fronteira com Peru (Islândia), formando o centro do município em canais de comercialização de trabalho, que definimos também como empreendedorismo informal, uns pela busca da sobrevivência, outros pelo sonho de crescer financeiramente no mercado de trabalho, visando a possibilidade de ajudar na sustentabilidade da sua família e na formação de profissionais no mercado de trabalho, incentivando seus filhos a cursar uma faculdade, nem que seja particular.

Assim, diante de tudo que foi supracitado, estamos vivenciando um cenário de mulheres empreendedoras, onde estas estão procurando seu próprio espaço e visibilidade na sociedade de forma igualitária, buscando tornarem-se independentes, com seus próprios negócios como ferramenta principal para sustentar sua família, pois é o único meio de ter sua própria renda econômica, mesmo enfrentando inúmeros desafios diários, sendo este: rotina exaustiva, desigualdade no mercado, dificuldades de aquisição de produtos, falta de experiência no ramo de trabalho, entre outros motivos. Essas mulheres buscam crescer economicamente, algumas delas por sobrevivência e outras por oportunidades de crescimento e perspectivas inovadoras de empreender no seu próprio negócio.

É imprescindível ressaltar que foi identificada no campo de pesquisa uma das atividades mais conhecidas que é a venda de produto em logradouros e praças dos

centros urbanos das cidades, onde é realizada de modo itinerante ou fixa em barracas, denominados feiras municipais ou simplesmente feiras, o fato torna-se uma realidade semelhante ao município de Benjamin Constant – AM, em seu desenvolvimento social, a falta de oportunidade de emprego, definindo que é outra modalidade que poderá ser estudada mais profunda posteriormente.

Este trabalho possibilitou uma análise e compreensão sobre o perfil e realidade destas empreendedoras que atuam na Feira Coberta do Produtor “Raimundo Freitas” como feirantes produtoras-vendedoras, feirantes produtoras-revendedoras e feirantes revendedoras, permitindo um estudo sobre o empreendedorismo feminino com objeto de estudo essas mulheres guerreiras. Que este estudo possa servir e contribuir como amostra para pesquisas futuras de trabalhos acadêmicos, fica a aplicação deste modelo de trabalho a respeito de Empreendedorismo Feminino.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Laís. A situação da mulher latino-americana. O mercado de trabalho no contexto da reestruturação. **Mulher e Trabalho Experiências de ação afirmativa** S.P, Boitempo Editorial, abril de 2000.

AMARAL, I. **Importância do sector informal da economia urbana em países da África Subsariana**. Finisterra. Lisboa, 2005.

ANDRADE, E. S.; GOMES, E. T. A. **O estudo do comércio informal ao longo dos principais eixos de circulação da cidade do Recife - Brasil: a moradia como local de (re)produção do capital, o caso da avenida Recife**. Scripta Nova. Revista electrónica de geografia y ciencias sociales. Barcelona: Universidad de Barcelona, 1 de agosto de 2003. V. VII, n. 146(044). Disponível em: <[http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-146\(044\)](http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-146(044))>.

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

AZAÏS, Christian, KESSLER, Gabriel, TELLES, Vera da Silva ILEGALISMOS. **Cidade e política / organização 328p**. - Belo Horizonte, MG : Fino Traço, 2012..

BAHIA. **Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia - Pesquisa de Emprego e Desemprego – PED**, Salvador: SEI, 2004. Disponível em: <<http://www.sei.ba.gov.br>>.

BARBOSA, Rodrigo Noronha. **O varejo alimentar de Benjamin Constant: um estudo sobre os produtos e os fornecedores dos estabelecimentos comerciais de brasileiros e peruanos**. TCC de Graduação (Administração). Universidade Federal do Amazonas, p.68-69, 2019

BERNARDINO, V.M.P. **Perfil dos feirantes e aspectos geohistóricos de comercialização da feira livre de Leiria-Portugal**. Segundo Simpósio de Estudos Urbanos. 2013.

BOECHAT, P.T.V; SANTOS, J.L. **Feira livre: dinâmicas espaciais e relações identitárias**. Programa de Pós Graduação em Cultura, Memória e Desenvolvimento Regional. Bahia, 2009.

BORGES, A. et al. **Economia informal da RMS: verdades e mitos**. Bahia **Análises & Dados**. Salvador: SEI, 1999

BRAGA, T. S. **O setor informal e as formas de participação na produção: os casos das Regiões Metropolitanas de Salvador e Recife**. **Anais**. Encontro Nacional de Estudos Populacionais, Caxambu, 2006

BRASIL / Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Pesquisa Mensal de Emprego**. 1991, 1997, 2000, 2005 e 2010.

BRASIL. **Presidência da República. Secretaria Especial de Políticas Públicas para as Mulheres. II Plano nacional de políticas públicas para as mulheres.** Brasília, 2008. Disponível em: <http://200.130.7.5/spmu/docs/Livreto_Mulher.pdf>.

BRASIL. **Pesquisa Informal Urbana 1997 e 2003.**

CARNEIRO, Francisco G. **Informalidade e terceirização: duas tendências opostas? In: Revista de Economia Política, vol. 14, nº4 (56), dezembro/94.**

CARREIRA, D.; AJAMIL, M., MOREIRA, T. **A liderança feminina no século 21.** São Paulo: Cortez, 2001.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor.** 2 ed. rev. e atualizada São Paulo: Saraiva, 2007.

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.

CRUZ, S.F; ALVES, A.S; SOUZA, C.S; LEMOS, W.D; MARTINS, E.R; COSTA, C.A. **Diagnóstico da realidade de uma feira livre em Brasília de Minas. Congresso Brasileiro de Olericultura. Horticultura Brasileira.** V. 30. nº 2. Minas Gerais, 2012. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Dados do Estado do Amazonas: Dados Demográficos do Censo 2016. IBGE, 2018. Disponível em: <<http://www.censo2010.ibge.gov.br>>. Acesso em 24 maio 2021.

DEMO, Pedro. **Metodologia Científica em Ciências Sociais.** 03.ed. São Paulo: Atlas, 1995.

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luísa. 30 ed.** São Paulo: Cultura, 2006.

DORNELAS, José Carlos Assis, 1971. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso / José Carlos Assis Dornelas.** — Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. — 7a reimpressão.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo. 2. ed.** Rio de Janeiro: Campus, 2001.

FIGUEIREDO; A. M. de; SOUZA, S. R. G. de. **Como elaborar projetos, monografias, dissertações e teses. 2. ed.** Rio de Janeiro: Livraria e Editora Lumis Juris LTDA, 2008.

FILGUEIRAS, L. A. M.; DRUCK, G.; AMARAL, M. F. **O conceito de informalidade: um exercício de aplicação empírica.** Caderno CRH, Salvador, v. 17, n. 41, 2004, p. 211-229. RIBEIRO, Gustavo Lins. —El sistema mundial no hegemónico y la globalización popularll. Universidade de Brasília. Série Antropologia n.410. 2007.

_____. **Empreendedorismo no Brasil – 2008.** Curitiba: IBQP, 2009.

FRANCO, Michele Maria Silva. **Empreendedorismo Feminino: Características Empreendedoras das Mulheres na Gestão das Micro e Pequenas Empresas.** In: VII ENCONTRO DE ESTUDOS EM EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS (EGEPE). FACCAMP. Goiânia, 2014. Disponível em:<<http://www.egepe.org.br/anais/tema07/333.pdf>> Acesso em: 20 maio 2021.

FREIRE, Carlos. **Mercado informal e Estado: jogos de poder entre tolerância e repressão.** In: **Ilegalismos, cidade e política.** AZAIS, C; KESSLER, G e TELLES, Vera da Silva. Belo Horizonte: Ed. Finos Traços, 2012.

FREIRE DA SILVA, Carlos. **Viração: o comércio informal dos vendedores ambulantes.** In: **Saídas de emergência: ganhar/perder a vida na periferia de São Paulo.** CABANES, Robert [et al.] (orgs.) São Paulo: Boi tempo, 2011.

GARTNER, W. B. (1984). **Problems in business startup: The relationships among entrepreneurial sectors and problem identification for different types of new ventures.** In Hornaday, J. A., Tarpley, F. Tummons, J. A. & Vesper, K. H. (Eds.) *Frontiers of Entrepreneurship Research: The Proceedings of the Babson Conference on Entrepreneurship Research.* Wellesley, Mass: Babson College.

GEBRAN, M. E. & Nassif, V. M. J. (2010). **“Empreendedorismo Feminino: Em um mundo masculinizado, como as mulheres conquistam seu espaço?”** In: SEMEAD. 13. São Paulo. Anais... SP: 2010.

GEM –Global Entrepreneurship Monitor (2013). **“O Empreendedorismo no Brasil. 2013.” Curitiba: IBPQ, 2013.**

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social:** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
GONÇALVES, C. A.; LEBARCKY, F. V.; MUYLDER, C. F. As Cinco Forças Amizade, Contato, Aprendizado, Cooperação e Competição como Campo de Força Estratégica de Redes: um estudo no setor de calçados e bolsas. *Revista de Ciência da Administração.* v.17, n. 42, 2015.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

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.**

GOIRIZ, Flavia; SEGALLA, Amauri. **Elas chegaram ao topo. Revista Isto É Dinheiro.** Edição 613. 08 de julho de 2009.

GOMES, Silva; C. **Agricultura familiar uma conservação de recurso na atividade de empreender_recursos ambientais.** Editora Sega.V.1 Manaus 2014.

GOMES, D. T; Guerra, P. V. & Vieira, B. N. (2011). **“O Desafio do Empreendedorismo Feminino”.** In: **Anais do Encontro da ANPAD.** 35. Rio de Janeiro.

GOMES, A. F.; Santana, W. G. P. & Araújo, U. P. (2009). **“Empreendedorismo Feminino: O Estado-da-arte”.** In: **Anais do Encontro da ANPAD.** 33. São Paulo.

GOMES, F. A. **Mulheres Empreendedoras.** Vitória da Conquista: Edições Uesb, 2006.

GONSALVES, Elisa Pereira. **Iniciação à Pesquisa Científica.** 3. Ed. Campinas, SP: Alínea, 2003.

GOOGLE EARTH. **Vista de Satélite - Benjamin Constant – AM.** Disponível em: <<https://earth.google.com/web/@-4.3798487,70.02629665,74.6728365a,3564.18744479d,35y,358.25911352h,0t,0r>>. Acesso em: 31 de maio de 2021.

GORETTI, Maria de Almeida, LARISSA de Andrade Carmo, SEFFRA, Renata Ramos da Silva, **IV Seminário CETROS Neo desenvolvimentismo**, Trabalho e Questão Social– Fortaleza – CE – UECE – Itaperi, 2013.

HELFAND, S.; PEREIRA, V. **Determinantes da pobreza rural e implicações para as políticas públicas no Brasil.** In: BUAINAIN, A.M. et al. **A nova cara da pobreza rural: desafios para as políticas públicas.** Brasília: IICA, 2012. (Série Desenvolvimento Rural Sustentável, v. 16, Cap. 4).

HIRATA, H; KERGOAT, D. **Novas configurações da divisão sexual do trabalho.** Cad. Pesqui. [online], v.37, n.132, p. 595-609, 2007.

IBGE, 2020. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/am/benjamin-constant/historico>. Acesso 29 de maio 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DA QUALIDADE E PRODUTIVIDADE. **Brasileiras ocupam o décimo lugar entre as mais empreendedoras do mundo.** Disponível em: <<http://www.ibqp.org.br/portal/home/index.php?id=22&pag=artigoEntrevistaDetalle>>. Acesso em: 24 abr. 2021.

JONATHAN, Eva Gertrudes. **Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida.** Psicologia em Estudo, Maringá, v. 10, n. 3, p. 373-382, set/dez, 2005. Disponível em: <www.scielo.br/pdf/pe/v10n3/v10n3a04.pdf>. Acesso em: 26 abr. 2021.

JONATHAN, Eva G. **Mulheres Empreendedoras: Medos, Preocupações e Qualidade de Vida.** Disponível em: <<http://www.icesi.edu.co/ciela/anteriores/Papers/emjg/6.pdf>> Acesso em: 23 maio. 2021.

KAZUMI, Camilia Kitamura, MIRANDA, Mariana, FILHO, Vitor Ribeiro — **O comércio e serviço ambulante: Uma discussão.** <http://www.ig.ufu.br/revista/caminhos.html> ISSN 16786343

LAGES, Sônia Regina Corrêa. **Desafios do empreendedorismo feminino: uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda.** Revista Estação Científica, 2005. Disponível em: <www.jf.estacio.br/revista/artigos/0sonia_desafios.pdf>. Acesso em: 13 abr. 2021.

LAHIRE, Bernard. **Sociologia: Detalhe do Registro.** 2009.

LEFEBVRE, Henry. **O direito à cidade.** 3. ed. São Paulo: Centauro, 2001. 144 p.

LEITE, E. **O Fenômeno do Empreendedorismo.** Recife: Bagaço, 2000.

MACHADO, F. B. (2012). **“Dilemas de Mulheres Empreendedoras em Empresas Inovadoras Nascentes”.** In: Anais do Encontro da ANPAD. 36, Rio de Janeiro.

MACHADO, H. P. V; Barros, G. V. de & Palhano, D. Y. M. (2003). **“Conhecendo a Empreendedora norte paranaense: perfil, porte das empresas e dificuldades de**

gerenciamento”. In: Anais do EGEPE- Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. 3. 2003, Brasília.

_____. H. V. **Identidades de Mulheres Empreendedoras**. Eduem. Maringá 2009.

MAIA, Katy; LIRA, Sachiko Araki. **A mulher no mercado de trabalho**. IPEA <www.ipea.gov.br/seminários/artigo11>. Acesso em: 27 abr. 2021.

MAGNANI, José Guilherme C. **De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, vol.17 n° 49, fevereiro,2002.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria **Técnicas de pesquisa: Planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia Científica**. 5 ed. São Paulo: Atlas 2003.

MAXIMIANO, A. C. A. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MELO, Hildete P.; TELES, Jorge Luiz. **Serviços de Informalidade: o comercio ambulante no Rio de Janeiro**. Texto para Discussão Rio de Janeiro: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA, n. 773, 2000.

MENEZES, Fernanda Raposo, **Informalidade sem transito: Um olhar sobre os vendedores ambulantes dos ônibus no Distrito Federal, Brasília – DF** 2015.

MENEZES, L. C. M. **Gestão de Projetos**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MONTESSORO, Claudia. **Centralidade Urbana e Comércio Informal: Os Novos Espaços de Consumo no Centro de Anápolis. Presidente Prudente, 2006**. Tese (Doutorado) – Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente, 2006.

MOREIRA, Rafael de farias, ALTOÉ, Leonardo Bosco Mattar, GAMA, Heitor Cova; SCHERMA, Márcio Augusto; BEDÉ, Marco Aurélio; GANDRA, Michel Ferreira; FONSECA, Paulo Jorge de Paiva. **Pesquisa de Perfil do Empreendedor Individual. Brasília: SEBRAE. 2011**.

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

NODA, H; SOUZA, L.A; SILVA FILHO, D F. **Agricultura familiar no Amazonas: conservação dos recursos ambientais**. Editora: Wega. V.1. Manaus, 2013. NODA, S.N. Agricultura familiar na Amazônia das águas. Editora: EDUA. Manaus, 2007.

NUNURA CHULLY, J.B. **Ajustamento e Informalidade no Mercado de Trabalho Peruano: 1950-1989**. São Paulo, 1992. P.423.

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira de. **Metodologia Científica: Um Manual Para a Realização de Pesquisas em Administração**. Catalão: UFG, 2011.

OLIVEIRA, F. **Crítica à razão dualista: o ornitorrinco**. São Paulo: Boitempo, 2005.

PÁDUA, Elisabete Matollo Marchesini de. **Metodologia da Pesquisa: Abordagem Teórico Prática**. 6 ed. Campinas, SP: Papyrus, 2000.

PEÑALOZA, V., DIÓGENES, C. G.; SOUSA, S. J. **Escolha profissional no curso de administração: tendências empreendedoras e gênero**. Revista de Administração Mackenzie, 9 (8), 151-167, 2008. Disponível em: <<http://www.egepe.org.br/anais/tema07/64.pdf>> Acesso em: 22 maio 2021.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas de pesquisas e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Freevale, 2013.

RAPOSO, Kariny C. de Souza; ASTONI, Sílvia A. **Ferreira. A mulher em dois tempos: a construção do discurso feminino nas revistas dos anos 50 e na atualidade**. Cadernos Camilliani. Revista do Centro Universitário São Camilo, ES, v. 8, n. 2, p. 36-37, 2007.

ROCHA, Rosinaldo Silva, ARAÚJO, Daniela Cordovil Leone, CAMARÃO, André Luís Chaves, **PRACS: Revista de Humanidades do Curso de Ciências Sociais UNIFAP**. N. 1 dez 2008

ROCHA-COUTINHO, M. L. (2003) **Quando o Executivo é uma Dama: A Mulher, a Carreira e as Relações Familiares**. In Família e Casal: Arranjos e Demandas Contemporâneas, ed. T.F. Carneiro, 57-77. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio/Loyola.

_____. Rosinaldo Silva. **O problema das segmentações nas redes informais e ilícitas: a heterogeneidade dos padrões de ações sociais justifica a separação conceitual dessas redes?** 26ª Reunião Brasileira de Antropologia. Seguro, Bahia, Brasil, 01 a 04 de junho, 2008. Porto.

ROSSINI, R. E. **Womem, migration, enviroment and rural development policy in Brazil**. Disponível em: <http://www.fao.org/DOCREP/x0210e00.htm>. Acesso em 23 abr 2021.

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.

SANTOS, J. B.; MACIEL, R. H.; RAMOS, A. M. P. **Trabalhadores informais em equipamentos urbanos destinados ao lazer do município de Fortaleza**. Relatório de pesquisa, Edital MCT/CNPq/MEC/CAPES nº 02/2010. Fortaleza, 2012.

SCHAWBEL, Marcelo L. **ABC do desenvolvimento urbano ao ramo de empreender das mulheres empreendedoras**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.

SCHUMPETER, A Joseph. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SEBRAE. **Disciplina de empreendedorismo**. São Paulo: Manual do aluno, 2007.

SHANIN, Teodor. **Lições camponesas**. In: PAULINO, E. T.; FABRINI, J. E. (Org.). **Campesinato e territórios em disputa**. 1. ed. São Paulo: Expressão Popular/UNESP, 2008. p. 23- 47.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação Rev.** Atual, Florianópolis, 04.ed.2005.

SILVA, Wankleber de Farias. **Empreendedorismo Feminino no Município de Picos Piauí.** 68 f. 2013. Monografia (Bacharelado em Administração) - Campus Senador Helvídio Nunes De Barros, Universidade Federal do Piauí – UFPI, Picos, 2013. Disponível em: <<http://www.ufpi.br/subsiteFiles/admpicos/arquivos/files/Wankleber%20%20TCC%20concluido.pdf>> Acesso em: 10 maio 2021.

SOUSA, Rosinaldo Silva de. **Narcotráfico y economia ilícita: las redes del crimen organizado em Rio de Janeiro.** Revista Mexicana de Sociologia, año 66, num 1, enero-marzo, 2004, México, D. F. p. 141-192.

SOUZA, Eda Castro Lucas; GUIMARÃES, Tomás de Aquino. **Empreendedorismo além do plano de negócio.** São Paulo: Atlas, 2005.

SOUZA, W.D; TOLFO, E.R; **Diagnóstico da realidade de uma feira livre em Brasília de Minas. Congresso Brasileiro de Olericultura. Horticultura Brasileira.** V. 30, nº2. Minas Gerais, 2009.

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. jan./fev./mar.

TELLES, Vera da Silva. **Jogos de poder nas dobras do legal e ilegal: anotações de um percurso de pesquisa.** In: **Ilegalismos, cidade e política.** AZAIS, C; KESSLER, G e TELLES, Vera da Silva. Belo Horizonte: Ed. Finos Traços, 2012.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS. **“PIBIC/PAC 2020/2021”.** Feira coberta do produtor_ agronomia, UFAM, 2019.

VILLAS BOAS, A. **Valor Feminino: desperte a riqueza que há em você** – São Paulo: Ed. Do autor, 2010.

VOITTO. **Tipos de empreendedor.** Blog Voitto Empreendedorismo, 2019. Disponível em: <<https://www.voitto.com.br/tipo de empreendedor>>. Acesso em: 11 abr. 2021.

APÊNDICE

1 – Questionário de pesquisa

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS-UFAM
INSTITUTO DE NATUREZA E CULTURA-INC
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

QUESTIONÁRIO

Este questionário enquadra-se como parte de um Trabalho de Conclusão de Curso – TCC, orientado pelo docente M.Sc Ciderjânio Farling Salvador da Costa, abordando sobre o tema: **Empreendedorismo Feminino: Uma Análise do Perfil e realidade das Mulheres Feirantes na Feira Coberta do Produtor “Raimundo Freitas” no Município De Benjamin Constant– Amazonas**, pertencente a discente Nathacha Tello Ramos, com a matrícula: 21650103.

Obrigado pela colaboração.

1- Estado civil:

Solteira Casada Divorciada Viúva Convivente

2- Qual sua nacionalidade?

- Brasileira
 Peruana
 Colombiana
 Outros

3- Qual sua naturalidade?

4- Em qual faixa etária você está?

- menor que 18 anos
- 18 a 25 anos
- 26 a 35 anos
- 36 a 50 anos
- Acima de 51 anos

5- Nível de escolaridade:

- Ensino fundamental completo Ensino superior completo
- Ensino médio completo Não alfabetiza

6- Tem filhos?

- Sim Não

7- Quanto tempo reside no Município de Benjamin Constant?

- menos que 1 ano
- 1 a 10 anos
- 11 a 21 anos
- 22 a 32 anos
- Acima de 33 anos

8- Há quantos anos você trabalha como feirante?

- menos que 1 ano
- 1 a 10 anos
- 11 a 21 anos
- 22 a 32 anos
- 33 a 43 anos
- 44 a 54 anos
- Acima de 55 anos

9- Qual era sua profissão antes de ser feirante?

10- Qual foi o recurso utilizado para abertura do empreendimento?

Recursos próprios Recursos de familiares Recursos de terceiros

11- Possui cadastro como microempresendedora individual?

Sim Não

12- Em caso negativo na questão anterior, porque você não formalizou seu/sua empreendimento/ atividade?

Falta de conhecimento

Falta de apoio técnico

Falta de oportunidade

Não quis formalizar

Outros motivos

13- Você contribui com a previdência social (INSS)?

Sim Não

14- Participa de algum tipo de sindicato/ associação?

Sim Não

15- Qual foi motivo que levou você a trabalhar neste ramo?

Oportunidade

Necessidade

Falta de emprego

Outros motivos

16- Quais os principais desafios dessa profissão?

- () Infraestrutura
- () Falta de experiência
- () Logística do transporte dos produtos
- () Desigualdade no mercado
- () Aquisição dos produtos
- () Outros motivos

17- Qual o valor da sua renda fixa mensal individual, exercendo atividade como feirante?

- () De R\$ 100,000 até R\$ 500,00
- () De R\$ 501,000 até R\$ 1000,00
- () De R\$ 1001,000 até R\$ 1.500,00
- () Acima R\$ 1.500,00

18- Você possui outro rendimento além da atividade como feirante, que complemente sua renda mensal familiar?

- () Sim () Não

Em caso afirmativo. Qual? _____

19- Recebe algum tipo de auxílio financeiro do governo?

- () Sim () Não

Em caso afirmativo. Qual? _____

20- Alguém lhe ajuda no seu estabelecimento? Se for sim, quem?

- () Sim () Não

Em caso afirmativo. Quem? _____

21- Quais as categorias de produtos que você mais comercializa? Enumere de 1 a 3 em ordem de importância.

- () Condimento
- () Frutas
- () Legumes
- () Verdura

- Derivados das frutas
- Derivados da macaxeira / mandioca
- Legumes
- Comidas/ lanches
- Outros

22- Você se define:

- Feirante produtora - vendedora
- Feirante produtora - revendedora
- Feirante revendedora

ANEXOS

ANEXO A - Termo de Consentimento Livre Esclarecido – TCLE

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE ESCLARECIDO – TCLE

Convidamos o (a) Sr.(a) para participar da pesquisa “**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA ANÁLISE DO PERFIL E REALIDADE DAS MULHERES FEIRANTES NA FEIRA COBERTA DO PRODUTOR “RAIMUNDO FREITAS” NO MUNICÍPIO DE BENJAMIN CONSTANT– AMAZONAS.**” sob a responsabilidade do pesquisadora **Nathacha Tello Ramos**.

Sua participação é voluntária e se dará por meio de declarações e respostas a questionários (categóricas).

Se você aceitar estará contribuindo para a coleta de dados para a realização do meu **Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)** da Universidade Federal do Amazonas (UFAM).

Se depois de consentir em sua participação o Sr.(a) desistir de continuar participando, tem liberdade de retirar seu consentimento em qualquer fase da pesquisa, seja antes ou depois da coleta de dados, independente do motivo e sem nenhum prejuízo a sua pessoa. O (a) Sr.(a) não terá nenhuma despesa e também não receberá nenhuma remuneração. **Os resultados da pesquisa serão analisados e publicados, mas sua identidade não será divulgada, sendo guardada em sigilo.** Para qualquer outra informação, o (a) Sr.(a) poderá entrar em contato com o pesquisador na UFAM/BC, pelo telefone (97) 99138-4961, ou poderá entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa – CEP/UFAM, na Rua Teresina, 495, Adrianópolis, Manaus-AM, telefone (92)3305-5130.

Consentimento Pós-Informação

Eu, _____, fui informado sobre o que o pesquisador quer fazer e porque precisa de minha colaboração, e entendi a explicação. Por isso, eu concordo em participar do projeto, sabendo que não vou ganhar nada e que posso sair quando quiser. Este documento é emitido em duas vias que serão ambas assinadas por mim e pelo pesquisador, ficando com uma via cada um de nós.

Data: ___/___/___

Assinatura do Participante

Assinatura do Pesquisador Responsável

ANEXO B – Cadastro de feirantes – Feira Municipal “Raimundo Freitas”



ESTADO DO AMAZONAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE BENJAMIN CONSTANT
SECRETARIA MUNICIPAL DE AGRICULTURA, ABASTECIMENTO E
FOMENTO À MICRO E PEQUENA EMPRESA - SEMAF



CADASTRO FEIRA MUNICIPAL “RAIMUNDO FREITAS”

ANO/2021

Nº	NOME/USUÁRIO	ITEM	RESIDENCIA	ATIVIDADE
1.	Marilene da Silva Rocha	BOX	Rua C- Cohabam	Refeição
2.	Eronilza Lima Tapudima	BOX	Beco castelo branco - Centro	Refeição
3.	Raimunda dos Santos Silva	BOX	Rua Frei Ludovico- Coimbra	Refeição
4.	Angela Auanare Peres	BOX	Beco Castelo Branco - centro	Refeição
5.	Rosiney	BOX	Rua Pedro Martins - Centro	Refeição
6.	Ana Rosa		Avenida Castelo Branco	Refeição
7.	Maria Francisca Epifânio	BOX	Beco-Santos Dumont-s/n - centro	Refeição
8.	Alfredo Bitencourt Noronha	BOX	Rua Nelson Noronha - Colônia	Feirante
9.	Graziela Gomes Pinto	BOX	Rua Miguel Patrício – colônia	Estivas
10.	Valderezza dos Santos Bezerra	BOX	Beco Santa Luzia - centro	Estivas
11.	Homildo Lomas de Souza	BOX	Rua 5 de setembro - centro	Estivas
12.	Viviane Freitas Noronha	BOX	Rua Nelson Noronha – Colônia	Lanche
13.	Teofilo Pissango Huayunga	BOX	Rua Frei Ludovico-Coimbra	Feirante
14.	Joao Jean Ramos	BOX	Rua Leopoldo Peres – Centro	Feirante
15.	Benedito Teixeira da Costa	BOX	Rua 12 de Outubro - centro	Feirante
16.	Rosa Maria Hilário da Silva	BOX	Br-307 – km 11	Feirante
17.	Paulo Pará de Lima	BOX	Rua José Ferreira R. Primo-Coimbra	Feirante
18.	Luiz Carlos de Souza	BOX	Avenida Castelo Branco - centro	Feirante
19.	Elvia Cauache Malafaia	BOX	Beco Castelo Branco - centro	Feirante
20.	Silvane Cavalcante Melgarejo	BOX	Rua Praça da Bandeira - centro	Feirante
21.	Felix Santos Cavalcante	BOX	Rua Frei Ludovico- Coimbra	Feirante
22.	Auricelio Elias Campos	BOX	Estrada Bom jardim	Feirante
23.	Maira Guimarães Vasques	BOX	Estrada Bom Jardim	Feirante
24.	Evanilda Barbosa da Silva	BOX	Estrada Cardoso – coha-bam	Feirante
25.	Lidiane do Nascimento Batista	BOX	Beco Castelo Branco - centro	Feirante
26.	Valdecy do Nascimento	MESA	Beco Castelo Branco - centro	Feirante
27.	Renata Bezerra de Souza	BOX	Estrada Bom Jardim	Feirante
28.	Erasmio Tapudima Garcia	BOX	Rua 21 de abril – Cohabam	Feirante
29.	Raimundo Mendes da Silva	BOX	Rua C- Cohabam	Feirante
30.	Belmira Malfaia Fahin	BOX	Beco Castelo Branco -98-centro	Refeição
31.	Mariluci dos Santos Cordova	BOX	Beco Castelo – S/N - CENTRO	Refeição
32.	Modrec Manpe Sacsi Condori	BOX	Beco 21 de Abril –s/n -Centro	Feirante
33.	Ruth da Silva Cruz	BOX	Av.Castelo Branco - centro	Feirante
34.	Lidiane Nicanor Fernandes	BOX	Rua Praça da Bandeira – s/n-centro	Feirante
35.	Rosenilda Barbosa Muller	BOX	Rua Santos Dumont-Coha-Bam	Feirante
36.	Valdecy Santos da Luz	BOX	Ponte Javarizinho 062-coha-bam	Feirante
37.	José Aparício Ramires	BOX	Beco Castelo Branco - Centro	Feirante
38.	Leizomar	MESA		Feirante
39.	Givaldo	MESA		Feirante
40.	Jandira	MESA		Feirante

41.	Marlene	MESA		Refeição
42.	Lanes	MESA		Refeição
43.	Raimunda	MESA		Feirante
44.	Magali	MESA		Feirante
45.	Filadélfia	MESA		Feirante
46.	Deuza	MESA		Feirante
47.	Talia	MESA		Feirante
48.	Marcia	MESA		Feirante
49.	Elizabete	MESA		Feirante
50.	Rosa	MESA		Feirante
51.	Doracir	MESA		Feirante
52.	Ney	MESA		Feirante
53.	Persio	MESA		Feirante