

ATUAÇÃO DAS MULHERES EMPREENDEDORAS NA FEIRA MUNICIPAL DE JUARA – MT

Alessandra Maria Filippin dos Passos Santos¹;

Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT), Juara, Mato Grosso.

<https://lattes.cnpq.br/7544367241911198>

Renata Freitag²;

Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT), Juara, Mato Grosso.

<https://lattes.cnpq.br/5131821917795186>

Joice da Silva Urtado³;

Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT), Juara, Mato Grosso.

<https://lattes.cnpq.br/2144947121706831>

Caroline Mari de Oliveira Galina⁴;

Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT), Sinop, Mato Grosso.

<https://lattes.cnpq.br/2216258795802689>

Maira Luiza Spanholi⁵;

Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT), Sinop, Mato Grosso.

<https://lattes.cnpq.br/9159973620318085>

Gabrielle Mari de Oliveira⁶.

Universidade Estadual de Maringá (UEM), Maringá, Paraná.

<https://lattes.cnpq.br/6408657816799514>

RESUMO: O estudo tem como objetivo evidenciar a trajetória das mulheres empreendedoras da feira municipal de Juara, em que foram apresentadas as motivações para se tornar uma empreendedora feirante, apontando as principais dificuldades, identificando os desafios vivenciados do período de pandemia e as alternativas utilizadas como estratégia de comercialização no período pandêmico. O trabalho retrata o empreendedorismo, o empreendedorismo feminino, a relevância da agricultura familiar e a presença das mulheres. A metodologia empregada foi a pesquisa bibliográfica e a qualitativa, sendo utilizados como instrumento de levantamento das informações o questionário, contendo perguntas semiestruturadas. Com a análise de dados evidenciou-se a trajetória diferenciada de cada uma das empreendedoras, demonstrando suas particularidades e dificuldades. Constatou-

se que as maiores motivações e dificuldades foram durante a pandemia, evidenciando-se que por meio do empreendedorismo feminino as mulheres estão conquistando seu espaço, superando dificuldades e buscando seus ideais.

PALAVRAS-CHAVE: Mulheres Empreendedoras. Agricultura Familiar. Feira.

THE ROLE OF WOMEN ENTREPRENEURS AT THE MUNICIPAL MARKET OF JUARA – MT

ABSTRACT: The study aims to highlight the trajectory of women entrepreneurs of the municipal fair of Juara, in which the motivations to become a female fair entrepreneur were presented, pointing out the main difficulties, identifying the challenges experienced in the pandemic period and the alternatives used as a marketing strategy in the pandemic period. The work portrays entrepreneurship, female entrepreneurship, the relevance of family farming, and the presence of women. The methodology used was bibliographic and qualitative research, and a questionnaire containing semi-structured questions was used as an instrument to gather information. With the data analysis it became evident the differentiated trajectory of each one of the entrepreneurs, demonstrating their particularities and difficulties. It was found that the greatest motivations and difficulties were during the pandemic, showing that through female entrepreneurship women are conquering their space, overcoming difficulties and pursuing their ideals.

KEY-WORDS: Women Entrepreneurs. Family Farming. Fair.

INTRODUÇÃO

O cenário econômico brasileiro tem apresentado condições que favorecem o crescimento do empreendedorismo, especialmente como alternativa de geração de renda para muitas famílias. Em diversos casos, empreender deixa de ser apenas uma atividade complementar e passa a representar a principal fonte de sustento. Esse movimento se intensificou durante a pandemia de COVID-19, período em que muitos trabalhadores perderam seus empregos formais e precisaram buscar novas formas de inserção econômica por meio da criação de pequenos negócios e atividades autônomas.

Nesse contexto, destaca-se o crescimento do empreendedorismo feminino, fenômeno que tem ganhado cada vez mais relevância no país. Muitas mulheres passaram a enxergar o empreendedorismo como uma oportunidade de alcançar autonomia financeira e ampliar a renda familiar a partir de habilidades, conhecimentos e experiências adquiridas ao longo de suas trajetórias. De acordo com dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, o empreendedorismo feminino vem apresentando crescimento significativo no Brasil, sendo que milhões de mulheres estão à frente de seus próprios negócios em

diferentes segmentos da economia (Sebrae, 2022).

A atuação das mulheres empreendedoras pode ser observada em diversos setores produtivos, incluindo comércio, serviços e atividades relacionadas à agricultura familiar. Essas iniciativas contribuem não apenas para a geração de renda, mas também para o fortalecimento da participação feminina no desenvolvimento econômico e social. Nesse sentido, o empreendedorismo feminino representa um importante espaço de valorização do trabalho das mulheres, abrangendo desde atividades artesanais até a produção agrícola destinada à comercialização.

Além disso, o período pandêmico impulsionou processos de adaptação e inovação entre muitos empreendedores. Diante das dificuldades impostas pela crise sanitária e econômica, diversas mulheres empreendedoras demonstraram capacidade de identificar oportunidades e desenvolver estratégias para manter ou ampliar seus negócios, transformando desafios em possibilidades de crescimento.

Nesse cenário, observa-se também a relevância do empreendedorismo associado à agricultura familiar, especialmente na comercialização de produtos oriundos do trabalho rural. O empreendedorismo desempenhou papel fundamental na mitigação dos impactos econômicos provocados pela pandemia, uma vez que muitos empreendedores buscaram alternativas e estratégias para enfrentar as adversidades e garantir a continuidade de suas atividades produtivas (Mussalem, 2021).

OBJETIVO

O objetivo da pesquisa é de demonstrar a trajetória das mulheres empreendedoras na feira municipal de Juara – MT, apontando os fatores motivadores para essas mulheres tornarem-se empreendedoras, evidenciando os principais percalços e desafios.

METODOLOGIA

O município de Juara está localizado na região norte do estado de Mato Grosso, a aproximadamente 780 km de Cuiabá, capital do estado. Possui uma população estimada de 35.276 habitantes e uma área territorial de cerca de 22.733 km². Sua economia é predominantemente baseada nas atividades de agricultura, pecuária e no setor madeireiro (IBGE, 2022).

O lócus da pesquisa é a Feira Municipal de Juara. Durante o levantamento inicial, constatou-se a escassez de informações sobre sua origem histórica, especialmente em registros disponíveis no acervo da prefeitura municipal. A atual estrutura da feira foi construída no ano de 2004 e está localizada na região central do município, tendo sido criada com o objetivo de atender pequenos produtores rurais, artesãos e demais comerciantes locais.

No que se refere à abordagem metodológica, este estudo caracteriza-se como uma pesquisa de natureza qualitativa, a qual busca compreender fenômenos sociais a partir da análise das relações e processos, sem a preocupação com a quantificação dos dados (Minayo; Deslandes; Gomes, 2011). Além disso, trata-se de uma pesquisa de caráter exploratório, cujo principal objetivo é proporcionar maior familiaridade com o problema investigado, tornando-o mais explícito por meio da construção de hipóteses. Esse tipo de pesquisa envolve levantamento bibliográfico, realização de entrevistas e análises que favoreçam a compreensão do fenômeno estudado (Gil, 2007).

A pesquisa também se configura como bibliográfica, uma vez que busca a resolução do problema por meio da análise de referências já publicadas, permitindo a identificação e discussão das contribuições científicas existentes sobre o tema. Dessa forma, o estudo adquire embasamento teórico consistente para a interpretação dos resultados, com base em materiais disponíveis em diferentes fontes (Fonseca, 2002).

Para o levantamento das informações, foram definidas palavras-chave relacionadas ao tema da pesquisa, sendo posteriormente realizadas buscas em bases de dados nacionais e internacionais, como *Scientific Electronic Library Online (SciELO)*, *Web of Science*, Portal de Periódicos da CAPES e Google Acadêmico.

No que diz respeito à coleta de dados, foi aplicado um questionário com questões semiestruturadas, aplicado no período de fevereiro a maio de 2022, contemplando perguntas abertas e fechadas. Esse instrumento possibilitou a obtenção de informações relevantes para a análise da percepção dos participantes, contribuindo para a compreensão do fenômeno investigado no contexto estudado (Oliveira, 2009).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

As feiras municipais fazem parte da economia das cidades e na vida dos pequenos produtores rurais. Cada uma possui características de suas localidades, algumas têm características de feira de rua, outras são em espaços mais fechados, umas têm característica de venda de produtos específicos, outras já são de produtos variáveis, entre outras.

No que se refere à coleta de dados, foram distribuídos 20 questionários individuais, dos quais 8 foram respondidos por mulheres empreendedoras atuantes na feira municipal. As participantes responderam a um total de 18 questões semiestruturadas, possibilitando a obtenção de informações qualitativas e quantitativas acerca de suas atividades e percepções. Conforme tabela 1.

Tabela 1 - Panorama geral das empreendedoras da feira Municipal de Juara

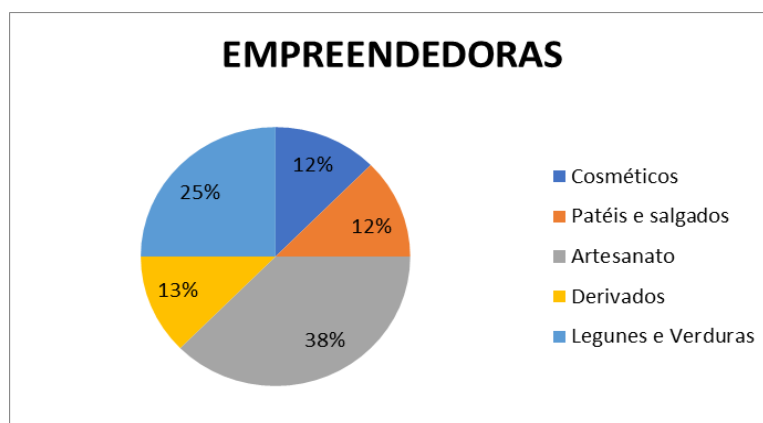
Empreendedoras	Idade	Domiciliada	Escolaridade
P1	70 anos	Zona Urbana	Graduação
P2	60 anos	Zona Urbana	Ensino fundamental
P3	77 anos	Zona Urbana	Ensino fundamental
P4	28 anos	Zona Urbana e Rural	Ensino Médio completo
P5	53 anos	Zona Urbana	Ensino Médio completo
P6	26 anos	Zona Urbana	Ensino Médio completo
P7	53 anos	Zona Rural	Ensino fundamental
P8	54 anos	Zona Rural	Graduação

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Conforme apresentado na Tabela 1, 80% das empreendedoras têm idade entre 53 e 77 anos e somente 20% das empreendedoras pesquisadas apresentam idade inferior a 30 anos (26 e 28 anos). O estudo demonstrou que 80% das entrevistadas residem em zona urbana e 20% na zona rural. Sobre o grau de escolaridade, 20% apresentam graduação e os demais 80% se dividem de forma igual entre ensino fundamental e o médio completo.

A pesquisa aponta que os produtos comercializados pelas empreendedoras na Feira Municipal de Juara-MT apresentam uma variedade, como destaca a figura 1:

Figura 1 - Produtos comercializados na Feira Municipal de Juara-MT



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Neste contexto, ao serem questionadas sobre a obtenção de ajuda financeira pessoal ou de alguma instituição como o SEBRAE, todas comentaram não terem recebido qualquer tipo de auxílio e os motivos apresentados por elas foram:

Foi minha ideia (P02)

Comecei com a cara e a coragem e não conhecia o SEBRAE (P03)

Não vi necessidade (P05)

Queríamos tocar com nossos próprios recursos. (P07)

Conforme os relatos apresentados, a falta de informação em relação à instituição SEBRAE é algo para refletir, visto que o SEBRAE é uma instituição que apoia os pequenos empreendimentos por meio de capacitação e da promoção do desenvolvimento das pequenas empresas brasileiras (Sebrae, 2022).

No Brasil, existem programas governamentais voltados ao apoio de produtores rurais, agricultores familiares e pessoas físicas. Dentre eles, destaca-se o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF), que tem como objetivo oferecer financiamento com condições facilitadas, visando fomentar a melhoria da produção dos seus beneficiários (Brasil, 2022).

Por meio dos dados coletados na pesquisa, percebe-se que 90% das empreendedoras pesquisadas, ao se tornarem empreendedoras, tinham conhecimento sobre a instituição, mas preferiram não contar com esses auxílios e abriram seus empreendimentos sem esse apoio. Vale ressaltar que, segundo o SEBRAE, a falta de recursos financeiros é um dos problemas encontrados pelos pequenos empreendedores ao abrir seu empreendimento (Sebrae, 2022).

Em relação à primeira pergunta, as empreendedoras responderam que não encontram dificuldades em conciliar as duas funções. Essa unanimidade pode estar ligada a uma variedade de motivos, sendo um deles o discernimento de saber mediar e equilibrar as situações que ocorrem no dia a dia (Quental; Wetzel, 2002).

Ainda no seguimento das dificuldades encontradas por elas ao começar seu empreendimento, as respostas obtidas foram variadas. Dentre as respostas, três das empreendedoras responderam que não encontram ou encontraram desafios, porém as demais empreendedoras pesquisadas responderam os desafios que elas encontraram no decorrer desse processo.

Figura 2 - Principais dificuldades encontradas para se tornar empreendedora.

EMPREENDEDORAS – P1 e P2	EMPREENDEDORAS – P3 e P6
Não responderam	Nenhuma dificuldade
EMPREENDEDORAS – P5 e P7	EMPREENDEDORAS – P4 e P8
Preços Elevados	Conciliar Trabalho e família

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

O período pandêmico afetou a vida de muitas pessoas, seja pelo lado emocional ou pelas questões financeiras, tornando-se um desafio para toda a população. No final de 2019 e começo de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) alertou a população mundial sobre a descoberta de uma doença desconhecida, altamente contagiosa e com grande risco para a vida das pessoas. Essa doença se espalhou por todo o mundo com muita rapidez, trazendo para toda parte uma sensação de insegurança e medo. Sua proporção foi tão rápida e extensa que logo se tornou uma pandemia (OPAS, 2021).

Neste sentido, o período pandêmico também foi abordado no questionário, evidenciando quais foram os maiores desafios no período pandêmico, as readequações feitas nas barracas, as possíveis oportunidades e estratégias e quais foram as ferramentas de vendas utilizadas no período pandêmico para atender seus consumidores. Conforme as respostas:

Figura 3 - Principais desafios encontrados no período pandêmico

EMPREENDEDORAS – P1 e P2	EMPREENDEDORAS – P5 e P8
Nenhum, pois começaram depois da pandemia	Baixa venda dos produtos
EMPREENDEDORAS – P3 e P4	EMPREENDEDORAS – P6 e P7
A perda da renda financeira	A perda de mercadoria

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

É perceptível que as respostas das pesquisas estão correlacionadas às medidas de prevenção contra a COVID-19. As orientações estabelecidas pela Organização Mundial da Saúde (OMS) para conter a propagação da doença foram adotadas por autoridades em diversas cidades, exigindo que a população se adequasse às medidas sanitárias, como o isolamento social, a saída de casa apenas em casos de extrema necessidade, o uso de máscaras, a higienização frequente das mãos e a evitação de aglomerações (OMS, 2020). Durante o período pandêmico, diversas mudanças ocorreram, sendo necessários ajustes para minimizar prejuízos.

Figura 4 - Adequações e modificações durante o período pandêmico

EMPREENDEDORAS – P1 e P2	EMPREENDEDORAS – P7 e P8
Nenhum, pois começaram depois da pandemia	Diminuir os preços dos produtos
EMPREENDEDORAS – P3 e P6	EMPREENDEDORAS – P4 e P5
Diminuir os produtos selecionados para a venda	Aderir as vendas on line

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Ficou visível por meio das respostas obtidas que as mudanças ficaram a critério das necessidades de cada feirante, visando a melhor forma de gerenciar seu empreendimento neste período de dificuldade. Outro fato perceptível de acordo com as respostas obtidas foi que apesar das mudanças realizadas, o período pandêmico foi de grandes dificuldades para esse setor.

Esse período pandêmico foi para muitas pessoas um momento de oportunidade e crescimento. Ao responderem à pergunta se elas viam a pandemia como uma forma de crescimento para o seu empreendimento, a resposta apresentada foi negativa e de forma unânime, pois todas relataram de forma geral que:

Não. Pois o meu melhor local de trabalho é a feira (P04)

Não. Ficou muito tempo fechado. (P05)

Não. Parou tudo, muita perda. (P06)

Com o período pandêmico muitas situações tiveram que ser revistas nestes empreendimentos, na feira não foi diferente, muitas delas fizeram adaptações e se reinventaram nas ferramentas de vendas, sendo as mídias sociais uma importante parceira neste momento.

Para finalizar, foi questionado a elas quais seriam seus planos futuros. As respostas foram variadas, pois esses planos são pessoais e condizem com a realidade de cada uma. Dentre as respostas, algumas são:

Continuar trabalhando e me aperfeiçoando cada vez mais (P01)

Viajar muito (P03)

Continuar empreendendo apesar dos desafios e da grande responsabilidade considero ser bem melhor do que ser funcionário de alguém, tanto na questão profissional como na financeira. (P04)

Melhorar meu local de trabalho (P05)

Agora sim com a volta ao normal queremos expandir nossa produção (P07)

Abrir uma loja (P08)

As respostas foram diversas, porém correspondem às necessidades, objetivos, metas e sonhos de cada uma, por isso essa pluralidade nas respostas. É louvável terminar essa pesquisa com as mulheres empreendedoras da feira municipal e perceber por meio das suas respostas que cada uma tem sonhos a serem realizados e que mesmo diante de muitas dificuldades que elas vivenciam diariamente elas não deixam de correr atrás dos seus objetivos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa demonstrou que no período pandêmico as mulheres empreendedoras tiveram que ser criativas para não perder vendas, principalmente no período em que a feira ficou fechada. Durante esse período, tiveram que se superar e reinventar maneiras para que os seus produtos chegassem ao consumidor, muitas vezes utilizando as mídias digitais para fazer essa ponte entre os produtos e os clientes, exceto algumas pesquisadas que não são adeptas às tecnologias.

Com o desfecho da pesquisa, conclui-se que, por meio do empreendedorismo, muitas mulheres estão conquistando seus espaços e, juntamente com isso, a sua independência financeira. As dificuldades encontradas são diversas, porém não se tornam motivos para que essas mulheres desistam de conquistar seus sonhos e objetivos.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006. Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. *Diário Oficial da União: seção 1*, Brasília, DF, 25 jul. 2006. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11326.htm. Acesso em: 17 mar. 2026.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. *Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF)*. Brasília, DF: MAPA, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/agricultura-familiar/pronaf>. Acesso em: 17 mar. 2026.

FONSECA, J. J. S. *Apostila de metodologia da pesquisa científica*. 2002. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=oB5x2SChpSEC>. Acesso em: jun. 2022.

GEM – GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. *Empreendedorismo no Brasil*. 2018. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org>. Acesso em: jun. 2022.

GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). *Cidades e Estados*. Rio de Janeiro: IBGE, 2022. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/>. Acesso em: 17 mar. 2026.

MINAYO, M. C. de S.; DESLANDES, S. F.; GOMES, R. *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Petrópolis: Vozes, 2011.

MINELLO, I. F. *Resiliência e insucesso empresarial: o comportamento do empreendedor diante do fracasso nos negócios*. Curitiba: Appris, 2014.

MUSSALEM, Mila Bittar. **Empreendedorismo e inovação como resposta à pandemia da covid-19: estudo de caso uma empresa de base tecnológica**. 2021. 24 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/33279>. Acesso em: 20 abr. 2025.

NERES, P. H. de S. et al. Formação de preço de produtos hortifrúti dos pequenos produtores rurais de Alta Floresta D'Oeste e Rolim de Moura. *Research, Society and Development*, v. 11, n. 3, p. e54611327148, 2022.

OLIVEIRA, C. L. *Um apanhado teórico-conceitual sobre a pesquisa qualitativa: tipos, técnicas e características*. 4. ed. Paraná: [s.n.], 2009.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE (OPAS). *Histórico da pandemia de COVID-19*. 2021. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>. Acesso em: 17 nov. 2022.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS). *Coronavirus disease (COVID-19) advice for the public*. Genebra: OMS, 2020. Disponível em: <https://www.who.int/emergencies/>

[diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public](https://www.who.int/news-room/questions-and-answers/question-detail/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public). Acesso em: 17 mar. 2026.

QUENTAL, C.; WETZEL, U. Equilíbrio trabalho-família e empreendedorismo: a experiência das mulheres brasileiras. In: ENCONTRO DA ANPAD, 26., 2002, Salvador. *Anais [...]* Salvador: ANPAD, 2002.

SEBRAE. *Quais os problemas mais comuns ao iniciar um negócio*. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/quais-os-problemas-mais-comuns-ao-iniciar-um-negocio,9ac2312905e27510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 06 jul. 2022.

SEBRAE. *O que fazemos*. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/o_que_fazemos. Acesso em: 06 jul. 2022.