

UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS - UFGD
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ECONOMIA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

THAÍS AZEVEDO ALVARES

**EMPREENDEDORISMO FEMININO COMO FORMA DE INSERÇÃO NO MERCADO
DE TRABALHO: O CASO DA ASSOCIAÇÃO DE ARTE E ARTESANATO VALE DA
ESPERANÇA**

DOURADOS/MS
2023

THAÍS AZEVEDO ALVARES

**EMPREENDEDORISMO FEMININO COMO FORMA DE INSERÇÃO NO MERCADO
DE TRABALHO: O CASO DA ASSOCIAÇÃO DE ARTE E ARTESANATO VALE DA
ESPERANÇA**

Trabalho de Graduação II apresentado à Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia da Universidade Federal da Grande Dourados, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador (a) : Professor(a): Jane Corrêa Alves Mendonça

Dourados/MS
2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP).

A473e Alvares, Thais Azevedo

Empreendedorismo Feminino como Forma de Inserção no Mercado de Trabalho: O Caso da Associação de Arte e Artesanato Vale da Esperança [recurso eletrônico] / Thais Azevedo Alvares. -- 2023.

Arquivo em formato pdf.

Orientadora: Jane Corrêa Alves Mendonça.

TCC (Graduação em Administração)-Universidade Federal da Grande Dourados, 2023.

Disponível no Repositório Institucional da UFGD em:

<https://portal.ufgd.edu.br/setor/biblioteca/repositorio>

1. empreendedorismo feminino. 2. artesanato. 3. lã de ovelha. I. Mendonça, Jane Corrêa Alves. II. Título.

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

©Direitos reservados. Permitido a reprodução parcial desde que citada a fonte.



ATA DE APROVAÇÃO DE BANCA EXAMINADORA DE TRABALHO DE GRADUAÇÃO II,
SEMESTRE LETIVO 2022.2

**TRABALHO COM LÃ: EMPREENDEDORISMO FEMININO NA INSERÇÃO NO
MERCADO DE TRABALHO**

THAÍS AZEVEDO ALVARES

Esta monografia, realizada remotamente, foi julgada adequada para aprovação na atividade acadêmica específica de Trabalho de Graduação II, que faz parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Administração pela Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia – FACE da Universidade Federal da Grande Dourados – UFGD.

Apresentado à Banca Examinadora integrada pelos professores:

Prof.^a Dra. Jane Corrêa Alves Mendonça
(Orientadora)

Prof. Dr. Narciso Bastos Gomes
(Avaliador 1)

Prof. Dr. Marcos Souza de Almeida
(Avaliador 2)

DOURADOS-MS, 26 de abril de 2023.

EMPREENDEDORISMO FEMININO COMO FORMA DE INSERÇÃO NO MERCADO DE TRABALHO: O CASO DA ASSOCIAÇÃO DE ARTE E ARTESANATO VALE DA ESPERANÇA

THAÍS AZEVEDO ALVARES

Esta monografia foi julgada adequada para aprovação na atividade acadêmica específica de Trabalho de Graduação II, que faz parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Administração pela Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia – FACE da Universidade Federal da Grande Dourados – UFGD.

Apresentado à Banca Examinadora integrada pelos professores:

Presidente:

Jane Corrêa Alves Mendonça

Avaliador(a):

Narciso Bastos Gomes

Avaliador(a):

Marcos Souza de Almeida

RESUMO

O presente estudo objetivou analisar o impacto do empreendedorismo feminino no trabalho realizado pelos artesãos da Associação de Arte e Artesanato Vale da Esperança (AAAVE) na cidade de Caarapó, Mato Grosso do Sul, bem como identificar as principais dificuldades encontradas pelos artesãos para produzir e comercializar os produtos. Através dos dados levantados na pesquisa bibliográfica sobre empreendedorismo e artesanato, percebe-se a importância do artesanato tanto para a cultura local como também uma atividade social que permite o desenvolvimento de uma comunidade e seus indivíduos, sendo inclusive um atrativo turístico local. Utilizou-se o método de pesquisa qualitativa, onde foi possível explorar a realidade da associação, e posteriormente analisado e interpretado em formato textual. A falta de recursos financeiros e a dificuldade de comercialização dos produtos é um grande desafio para quem tenta sobreviver de artesanato, sendo muitas vezes necessário outra fonte de renda. Conclui-se que as atividades desenvolvidas pela AAAVE proporcionou às pessoas da comunidade novas técnicas em relação à produção artesanal e vem causando impacto na vida de diversas pessoas, porém a falta de investimento ainda limita a produção e o crescimento individual e comunitário.

Palavras-chave: empreendedorismo feminino; artesanato; lã de ovelha.

ABSTRACT

The present study aimed to analyze the impact of female entrepreneurship in the work performed by the artisans of the Vale da Esperança Art and Craftsmanship Association (Associação de Arte e Artesanato Vale da Esperança - AAVE, in portuguese) in the city of Caarapó, Mato Grosso do Sul, as to identify the main difficulties encountered by the artisans to produce and market the products. Through the data collected in the bibliographic research on entrepreneurship and handicrafts, one can perceive the importance of handicrafts for the local culture and also as a social activity that allows the development of a community and its individuals, and is also a local tourist attraction. The qualitative research method was used, where it was possible to explore the reality of the association, and later analyzed and interpreted in textual format. The lack of financial resources and the difficulty of marketing the products are a great challenge for those who try to survive on handicrafts, often being necessary another source of income. It is concluded that the activities developed by AAVE provided people in the community with new techniques in relation to handicraft production and has been making an impact on the lives of many people, but the lack of investment still limits the production and individual and community growth.

Key words: female entrepreneurship; handicrafts; wool.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	6
1.1 DEFINIÇÃO DA PROBLEMÁTICA	8
1.2 OBJETIVOS	8
1.2.1 Objetivo Geral	8
1.2.2 Objetivos Específicos	9
1.3. JUSTIFICATIVA	9
2 REVISÃO TEÓRICA	10
2.1. Empreendedorismo e o cenário atual no Brasi	10
2.2. Empreendedorismo Feminino	12
2.3. Artesanato e comunidade	15
3 METODOLOGIA	17
3.1. DELINEAMENTO DA PESQUISA	17
3.2. UNIVERSO E AMOSTRA	17
3.3. TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS	18
3.4. TÉCNICAS DE ANÁLISE DE DADOS	18
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES	20
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	24
REFERÊNCIAS	25

1 INTRODUÇÃO

Com um número cada vez maior de empresas no mercado, e de acordo com as mudanças ocorridas na sociedade, as mulheres passaram a assumir tarefas fora do ambiente familiar e doméstico. Nesse cenário, verifica-se uma crescente participação feminina à frente dos empreendimentos criados por mulheres, como forma de obter renda e se colocar no mercado de trabalho.

Entende-se como uma ação empreendedora “a criação de novos produtos/processos e/ou entrada em novos mercados (HISRICH;PETER;SHEPHERD, 2014, p. 6)”. Segundo o levantamento , “Empreendedorismo Feminino no Brasil em 2022” realizado pelo Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), no 3º trimestre de 2022, o Brasil atingiu o número de 30 milhões de donos de negócios. São considerados donos de negócios os empreendedores empregadores: que estão à frente de um empreendimento (com ou sem CNPJ) e possuem empregados; e os empreendedores por conta própria: que estão à frente de um empreendimento (com ou sem CNPJ) e não possuem empregados. Dos donos de negócios, 65,6% são homens e 34,3% são mulheres, dentre esses, 87% das mulheres são empreendedoras por conta própria, enquanto os homens que trabalham por conta própria correspondem a 85%. No 3º trimestre de 2022 chegou a 1,3 milhões o número de mulheres empregadoras, 30% a mais do que no ano anterior, enquanto a porcentagem de homens empregadores aumentou 8% em relação ao ano anterior.

Os empreendimentos são classificados por estágios, de acordo com o tempo de atuação no mercado, sendo eles: os empreendedores iniciais, que engloba os empreendimentos com menos de 3,5 anos; os empreendedores novos, que receberam remuneração de seu negócio em um período superior a 3 meses e inferior a 3,5 anos; os empreendedores nascentes, que estavam envolvidos numa atividade empreendedora porém ainda não haviam sido remunerados por mais de 3 meses; e os empreendedores estabelecidos, ou seja, que estão há mais de 3,5 anos no mercado. Considerando os empreendedores estabelecidos, a taxa de empreendedorismo chega a 9,9% da população adulta (com 18 a 64 anos), ou seja 14 milhões de pessoas possuíam negócios consolidados em 2021, segundo o monitor GEM (Global Entrepreneurship Monitor), Programa de Monitoramento Global, que avalia a atividade empreendedora em diversos países, o levantamento considera o percentual da

população de 18 a 64 anos . De acordo com o levantamento, a taxa de homens empreendedores no estágio de negócios consolidados corresponde a 14%, e a taxa de mulheres empreendedoras no mesmo estágio chegou a 6%. No estágio de empreendedores iniciais, os homens representam 23,3% dos empreendimentos neste estágio, enquanto 18,7% das empreendedoras mulheres estavam na mesma situação. Em contrapartida, no mesmo estudo, verificou-se que as mulheres que são donas de negócios possuem maior nível de escolaridade comparado aos negócios conduzidos por homens, independente do estágio do empreendimento, 27% das mulheres possuem ensino superior, enquanto 17% dos homens possuem a mesma escolaridade. Percebe-se por meio de tais dados a potencialidade feminina na liderança de negócios, entretanto estas ainda encontram diversas barreiras para se aventurar em um negócio próprio, enquanto 46% das mulheres têm dificuldades para manter o negócio, 42% dos homens relatam ter dificuldades.

Especificamente no que se refere às condições para se empreender, é salientado o fato das características empreendedoras serem encontradas tanto em homens quanto em mulheres (DE CAMPOS STROBINO;TEIXEIRA, 2014) porém as mulheres encontram mais dificuldades para empreender, tal fato está ligado aos papéis de gênero que são construídos socialmente em relação às atividades desempenhadas por cada um na sociedade (JONATHAN;SILVA, 2007). De acordo com Ferreira & Nogueira (2013) cada mulher empreendedora, age de maneira subjetiva criando sua própria identidade, visto que sua trajetória composta por elementos singulares permitiu a elas um aprendizado de modo único, e dessa forma conseguem quebrar padrões e reforçar outros de modo subjetivo e ainda influenciar socialmente.

A Associação de Arte e Artesanato Vale da Esperança (AAVE), localizada na cidade de Caarapó, no Mato Grosso do Sul, fundada no ano de 1997, surgiu com o intuito de reunir mulheres que desejassem aprender a produzir produtos a partir da fiação e tecelagem, com fios de lã de ovelha e de algodão, produzindo peças como tapetes, roupas, bolsas, colchas, cachecóis e ponchos. Formada em sua maioria por mulheres (aposentadas e/ou desempregadas), a AAVE passou por uma reformulação e a partir de 2020 começou a se preocupar quanto à responsabilidade social, buscou-se então oferecer uma maior variedade de produtos e serviços, a fim de alcançar pessoas em vulnerabilidade social.

O presente estudo visa mostrar como a Associação de Arte e Artesanato Vale da

Esperança (AAAVE), através do artesanato com a lã de ovelha, dentre outras técnicas, trabalha profissionalizando mulheres buscando inseri-las no mercado de trabalho.

1.1 DEFINIÇÃO DA PROBLEMÁTICA

A iniciativa de abrir o próprio negócio tem se tornando uma alternativa cada vez mais comum no Brasil, visto que o desemprego já atinge 8,8% da população, atingindo 9,4 milhões de pessoas no primeiro trimestre do ano (IBGE, 2023). Para abrir um negócio a motivação de quem empreende pode variar e ser determinado por outros fatores, como por exemplo, a necessidade de se ter uma fonte de renda. No Brasil, considerando os empreendimentos iniciais, 54% dos empreendedores homens empreenderam por identificar oportunidades no ambiente de negócios, enquanto 55% das mulheres empreenderam por necessidade (GEM, 2021). Dentre os principais motivos que levam as mulheres a empreender (podendo concordarem com mais de uma alternativa) estão “ganhar a vida devido os empregos escassos”, 81% das mulheres e 73% dos homens concordaram com a alternativa; 57% dos homens e 55% das mulheres concordaram com a alternativa “construir riqueza ou renda muito alta”; e 32% dos homens e 31% das mulheres concordaram com a afirmação “continuar tradição familiar”.

Devido à flexibilidade de horários e controle do próprio processo produtivo, o artesanato se torna uma oportunidade para mulheres que buscam autonomia e/ou fonte de renda, dados do Sebrae (2013) apontam as mulheres como maioria entre os artesãos, correspondendo à 70% do total daquele ano.

Sendo assim, busca-se por meio deste estudo avaliar o impacto do empreendedorismo feminino no trabalho realizado pela Associação de Arte e Artesanato Vale da Esperança (AAAVE) para inserir mulheres no mercado de trabalho.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar como o empreendedorismo feminino por meio do artesanato com lã pode contribuir para a inserção e empoderamento das mulheres no mercado de trabalho.

1.2.2 Objetivos Específicos

1. Identificar as principais dificuldades enfrentadas pelas artesãs da AAAVE na inserção de seus produtos no mercado.
2. Analisar as estratégias de marketing utilizadas pela associação para divulgação e comercialização de seus produtos.
3. Avaliar o impacto da capacitação oferecida às artesãs da AAAVE e demais indivíduos através das oficinas na associação.
4. Entender como a AAAVE busca profissionalizar mulheres para inseri-las no mercado de trabalho.
5. Propor ações e estratégias para o fortalecimento do empreendedorismo feminino no setor de artesanato com lã.

1.3 JUSTIFICATIVA

O empreendedorismo feminino tem sido uma importante ferramenta para a inserção das mulheres no mercado de trabalho e para a conquista da autonomia financeira. No entanto, muitas vezes as mulheres têm dificuldades em encontrar uma área de atuação que lhes seja favorável, principalmente aquelas que não possuem formação acadêmica ou experiência profissional anterior. Nesse sentido, o artesanato com lã surge como uma alternativa viável para a entrada no mercado de trabalho, já que é uma atividade que exige baixo investimento inicial e pode ser realizada em casa, permitindo que as mulheres conciliem a produção com outras atividades domésticas.

O presente trabalho busca aprofundar a discussão e compreensão da importância do incentivo ao empreendedorismo para o crescimento e desenvolvimento de atividades artesanais, a partir da experiência das artesãs da Associação de Arte e Artesanato Vale da Esperança. Estimular o empreendedorismo feminino permite uma participação cada vez maior das mulheres nos diversos ramos de atuação no mercado, desenvolvendo suas habilidades e promovendo suas potencialidades, para assim abrir caminho para mais mulheres que buscam empreender.

Neste sentido, a pesquisa busca analisar o incentivo ao empreendedorismo feminino realizado pela AAAVE através de suas atividades de desenvolvimento e aprimoramento das habilidades técnicas de seus colaboradores, aperfeiçoamento e alavancagem do perfil empreendedor das artesãs.

O artesanato com lã tem grande potencial de mercado, principalmente em regiões onde o clima é mais frio, e pode ser explorado de diversas formas, como a

produção de roupas, acessórios e decoração. O presente estudo justifica-se, portanto, pela importância de se compreender como o artesanato com lã pode ser utilizado como uma forma de empreendedorismo feminino e como essa atividade pode contribuir para a inserção das mulheres no mercado de trabalho e sua autonomia financeira, onde além de preservar as características da cultura regional, é uma importante ferramenta em projetos que buscam o desenvolvimento local e redução de desigualdades sociais.

2 REVISÃO TEÓRICA

2.1 Empreendedorismo e o cenário atual no Brasil

De acordo com Peter Drucker (2003), empreender é planejar, começar, arriscar, executar e experimentar continuamente, é preciso fazer o diferencial e ver as mudanças como oportunidades de negócios, para atender as necessidades à medida que novas virão. Para Schumpeter (1983), ser empreendedor não é necessariamente criar algo, mas sim realizar algo de uma maneira diferente da já praticada.

Dornelas (2008) destaca três aspectos que fazem parte do processo de empreender. O primeiro é a iniciativa de criar um novo negócio. O segundo, é saber utilizar os recursos de forma criativa, e assim transformar o ambiente econômico e social onde vive. E em terceiro, assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracasso, sendo preciso ousadia e ânimo apesar dos erros. Menezes (2007) destaca o empreendedorismo como um aprendizado pessoal, impulsionado pela motivação, criatividade e iniciativa, onde, além da descoberta vocacional, se busca a percepção de oportunidades e a construção de um projeto de vida.

Uma característica que aparece juntamente com a definição de empreendedorismo em diversos estudos é o conceito de inovação, que por sua vez, é o intuito que modificar e aperfeiçoar um método já praticado, através de recursos já existentes que podem ser para produzir novos produtos, ou reformular a forma como produtos já existentes são comercializados de maneira mais eficiente (SCHUMPETER, 1934).

Dessa forma, utilizar um novo método para se administrar, vender, fabricar, distribuir, fazer propaganda de um produto e/ou serviço agrega valor ao produto, sendo estas as ações que se espera de um indivíduo empreendedor (DOLABELA, 1999).

Através do relatório Leveraging Entrepreneurial Ambition and Innovation: A Global Perspective on Entrepreneurship, Competitiveness and Development (Alavancar a ambição empreendedora e a inovação: uma perspectiva global sobre

empreendedorismo, competitividade e desenvolvimento) criado pelo Fórum Econômico Mundial, concluiu que o incentivo à atitude empreendedora impacta de forma significativa no desenvolvimento de uma economia competitiva no mercado, visto que com o crescimento de tal atividade, as expectativas dos empreendedores aumentam devido ao crescimento do número de inovações disponíveis, que permitem novas condições de mercado. Sendo assim tal estímulo permite a criação de empregos, serviços e produtos inovadores, empresas competitivas no mercado, e consequentemente contribui para a economia e desenvolvimento nacional. Leite, ressalta que, para empreender, é preciso:

(...)ter capacidade de iniciativa, imaginação fértil para conceber as ideias, flexibilidade para adaptá-las, criatividade para transformá-las em oportunidade de negócio, motivação para pensar conceitualmente e capacidade para perceber a mudança como oportunidade (LEITE, 2002, p.55)

De acordo com a pesquisa GEM, que tem buscado se aproximar de temas tratados nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU), considerando os estágios de empreendedores nascentes, novos e estabelecidos, cerca de 80% de cada um dos estágios afirmou ter realizado ações favoráveis ao meio ambiente no último ano (seja medidas de economia de energia, medidas para reduzir emissões de carbono, uso de materiais recicláveis, etc.). Em relação às iniciativas para com impacto social positivo, 50% do empreendedores nascentes afirmaram terem realizado ações, enquanto o percentual entre os empreendedores novos e estabelecidos variou em torno de 45% (pode incluir ações como melhoria de qualidade de vida no trabalho, criação de vagas para grupos com acesso limitado ao mercado de trabalho, apoiar projetos e organizações que desenvolvam a comunidade e a inclusão de grupos menos favorecidos, entre outros).

Para Hoselitz (1957) é necessário que a sociedade possua instituições que estimule, premie e motive o indivíduo a inovar, assumir riscos, criar novos negócios e introduzir mudanças no mercado, pois a institucionalização do empreendedorismo contribui com o processo de crescimento e desenvolvimento econômico de uma sociedade (apud VALE, 2014). Alano et al. (2014) reforça a necessidade de políticas governamentais que estimulem o empreendedorismo, principalmente em relação aos

pequenos negócios, que são grandes geradores de renda e ocupação e influenciam no desenvolvimento econômico e social do Brasil.

Segundo a GEM (2021), entre os empreendedores totais, 30% dos empreendedores masculinos e 20% das empreendedoras afirmaram buscar apoio em organizações para o desenvolvimento de seus negócios. O Sebrae foi o órgão mais citado, cerca de 55% de homens e mulheres afirmaram buscar apoio na organização. Entre os principais órgãos procurados estão contador, SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial), advogado, SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial), e consultoria privada.

2.2 Empreendedorismo Feminino

À medida que estudos são realizados, a fim de se entender o fenômeno empreendedorismo e o comportamento dos empreendedores, revelam-se novas inquietações perante as características do empreendedorismo no Brasil. Com a atividade empreendedora crescendo no Brasil, destaca-se a parcela de participação de mulheres empreendedoras, porém ainda em número menor em relação aos empreendedores homens. No 3º trimestre de 2022, atingiu-se o recorde de mulheres donas de negócios, chegando ao número de 10,3 milhões, representando 34,4% do total de donos de negócios brasileiros, enquanto os homens atingiram o recorde de donos de negócios do sexo masculino, chegando a uma marca de 19,6 milhões, que representam 65,6% dos donos de negócios do Brasil (SEBRAE, 2022).

Villas Boas (2010) ressalta que “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. (apud. AMORIM & BATISTA, 2012, p. 4).

Segundo Natividade:

É sábia a importância de realçar características e criar ambientes favoráveis que possam auxiliar os empreendedores em sua meta alcançar a continuidade de sua atividade e remeter-se ao sucesso, por meio de condições que favoreçam sua permanência no cenário socioeconômico (NATIVIDADE, 2009, p. 237)

De acordo com Hisrich, Peters e Shepherd (2014), os empreendedores relatam a necessidade educacional nas áreas de finanças, planejamento estratégico, marketing (especialmente distribuição) e administração. Porém trazem consigo o capital humano (experiências), o que representa ao empreendedor conhecimento, aptidão e habilidades para solucionar problemas. Contudo, de acordo com De Campos Strobino & Teixeira (2014, p. 60), “os diversos conceitos de empreendedorismo existentes não fazem distinção de gênero, visto que as características empreendedoras podem ser encontradas tanto em homens quanto em mulheres”.

Para Alh (2002), “os estudos sobre o empreendedorismo feminino auxiliaram na identificação de que, tanto homens quanto mulheres, possuem características empreendedoras, porém a mulher enfrenta maiores dificuldades sociais e culturais para empreender” (apud SANTOS; HAUBRICH, 2018, p. 414).

De acordo com o Sebrae (2022), enquanto as mulheres possuem uma escolaridade 11% maior do que a dos homens, ganham 16% a menos, uma média de R\$ 2.360,00 contra o rendimento mensal masculino que chega a uma média de R\$ 2.737,00. Tal disparidade nos dados revela o cenário de desigualdade enfrentado pela parcela feminina, que diante da precariedade do ambiente de trabalho disponível recorre a atividades autônomas (NATIVIDADE, 2009).

Os negócios conduzidos por mulheres ainda possuem como característica porte menor do que os comandados por homens (com menos empregados). Enquanto 74% das empregadoras empregam de 1 a 5 empregados, 71% dos empreendedores homens empregam a mesma faixa de empregados. Na faixa de maior número de empregados (51 ou +), 4% dos empreendedores homens empregam essa faixa de empregados, contra 2% das mulheres na mesma faixa (SEBRAE, 2022). Considerando os empreendimentos comandados por mulheres, no estágio de empreendedores iniciais, se destacam as atividades: comércio varejista de artigos de vestuário e acessórios, representando 12,7% dos negócios; cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza, 11,8%; serviços de *catering* (refeições), bufê e outros serviços de comida preparada, 11,3%; restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas, 7,5%; comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal, 7,4%; e outras atividades, 49,3% (GEM, 2021).

Enquanto os homens donos de negócio que estão na posição “chefe de domicílio” atingiram o seu menor nível (55%), as mulheres donas de negócio que são “chefes de domicílio” atingiram seu maior nível, chegando a 51% (SEBRAE, 2022).

Quanto aos motivos para empreender, verifica-se que as mulheres ao empreender buscam uma flexibilidade maior de horários para poder conciliar trabalho e família, porém atuar em uma atividade empreendedora trata-se também de uma alteração em seu relacionamento familiar e pessoal, o que pode resultar em conflitos entre a vida pessoal e o trabalho (GOMES;SANTANA, 2004), contudo a busca pela independência financeira e/ou necessidade de uma fonte de renda a mais permite que estas se aventurem no mercado e se descubram empreendedoras.

Dentre os desafios das políticas públicas a serem executadas no que se diz respeito ao gênero, destaca-se os salários inferiores aos dos homens, participação elevada de mulheres no mercado informal e em condições precárias e/ou sem remuneração (NATIVIDADE, 2009).

Sobre as mulheres empreendedoras, Ferreira e Nogueira, afirmam que:

são produtos da cultura e constituem a cultura no processo de desenvolvimento [...]. A configuração subjetiva do empreendedorismo para as mulheres está apoiada em sentidos subjetivos associados às suas trajetórias, ao contexto atual e à cultura dentro da qual a atividade é desenvolvida (FERREIRA; NOGUEIRA, 2013, p. 415)

Jonathan e Silva (2007, p. 78) argumentam que “os papéis de gênero são construídos socialmente e os processos de socialização demarcam espaços, expectativas, e atividades a serem desempenhadas pelos membros da sociedade” e não por serem compatíveis ou não com sua natureza.

A respeito do impacto do empreendedorismo feminino, Amorim e Batista dizem que:

A importância das mulheres como empreendedoras para a sociedade gira em torno da sua contribuição econômica, pois gera emprego para si e para outros, na importância de seu comportamento em administrar a dupla jornada como exemplo social e ainda o aumento da autonomia feminina, antigamente julgado (AMORIM; BATISTA, 2012, p. 7)

Contudo, Hisrich, Peters e Shepherd (2014) ressaltam a necessidade de um sistema de apoio e aconselhamento durante todas as fases de um novo empreendimento, pois proporciona informações, conselhos e orientação sobre vários

assuntos, como estrutura organizacional, obtenção dos recursos financeiros necessários e marketing.

2.3 Artesanato e comunidade

O Programa do Artesanato Brasileiro (PAB) define o artesanato como:

toda a produção resultante da transformação de matérias-primas, com predominância manual, por indivíduo que detenha o domínio integral de uma ou mais técnicas, aliando criatividade, habilidade e valor cultural (possui valor simbólico e identidade cultural), podendo no processo de sua atividade ocorrer o auxílio limitado de máquinas, ferramentas, artefatos e utensílios (BRASIL, 2010, Art. 2)

Como consequência do avanço da sociedade industrial, a mecanização da produção e o trabalho em série, o artesanato enfrentou um processo de desvalorização e desprezo em razão do custo de produção e venda (PIRILLO, 2013). Contudo, apesar das inovações tecnológicas e a concorrência com as produções em série, o artesanato não desapareceu, no entanto, se adaptou aos novos contextos históricos (VIEIRA, 2014). Figueiredo et al. (2015) cita o fato de que, enquanto a produção capitalista contemporânea é marcada pela mecanização e o uso de tecnologias, a atividade artesanal ainda existente se assemelha à produção pré-capitalista caracterizada pela manufatura.

Ademais, sendo a produção industrial caracterizada pela produção em larga escala de produtos semelhantes, o artesanato se beneficia da estratégia de produção de itens considerados raros, únicos e exclusivos, extremamente valorizados no mercado em dias atuais (PIRILLO, 2013). Segundo Vieira et al. (2014), o artesanato proporciona aos artesãos bem estar emocional, ao permitir autonomia para fazerem seus próprios horários e não estarem submissos à chefes, podendo criar suas próprias regras de trabalho. Essa capacidade e autonomia do artesão em regular seu próprio tempo de trabalho são fundamentais para sua formação, percepção e sua linguagem de expressão que serão refletidas em seu produto (FREITAS, 2017).

Logo, Freitas destaca que:

Nos tempos atuais, o artesanato adquire novas dimensões que buscam revitalizar a atividade. Ele é destacado como portador de elementos culturais, simboliza autenticidade e promove a educação. Do ponto de vista econômico, é uma atividade que gera trabalho e renda, e adquire a função social. Sob ambos os aspectos, é uma atividade que deveria contribuir para a melhoria da qualidade de vida (FREITAS, 2017, p. 36).

Pirillo (2013) ressalta que a essência da produção artesanal, ou seja, a autonomia e controle do processo produtivo, encontra-se ameaçada, e que tais interferências externas, como novas demandas de mercado e políticas públicas sem planejamento participativos, podem desestruturar completamente uma comunidade, afetando seus costumes e relações cotidianas. Para Vieira et al. (2014), a maneira como o artesão se socializa interfere na sua identidade profissional:

No produto artesanal encontra-se uma mistura de valores culturais e do prestígio identitário do artesão, ou seja, o produto artesanal se faz pelo trabalho criativo associado à valorização que a sociedade local, regional, nacional e internacional oferece ao produto. Esses valores agregados provocam a construção da identidade do artesão em seu trabalho (VIEIRA, 2014, p. 75)

Dados do SEBRAE apontam que o Brasil conta com 8,5 milhões de artesãos em atividade, sendo a maioria mulheres que vivem diretamente da produção artesanal. A atividade artesanal representa 3% do PIB (Produto Interno Bruto) nacional, com faturamento em torno de 102 bilhões de reais, movimentando cerca de R\$ 50 bilhões por ano.

O artesanato é considerado então como atividade cultural e social, isso porque, segundo Freitas (2017, p.36) “é destacado como portador de elementos culturais, simboliza autenticidade e promove a educação”, e De Medeiros Brandão et al. (2013) acrescenta que é uma atividade social devido às relações sociais e familiares em torno da atividade, assumindo um papel central em projetos de desenvolvimento local e redução de desigualdades sociais. Sendo assim, possui um grande potencial como turismo criativo, por possuir valor simbólico e cultural, “gerando ganhos para a comunidade que o produz e para o turista que além do produto artesanal tangível tem a possibilidade de vivenciar uma experiência de aprendizagem” (DE MEDEIROS BRANDÃO et al., 2013, p. 201).

3 METODOLOGIA

De acordo com De Bruyne (1991), metodologia é a lógica dos procedimentos científicos em sua origem e seu desenvolvimento, e deve explicar o processo da investigação científica e não apenas o resultado. Strauss e Corbin (1998) descrevem como sendo um processo de coleta e análise de dados que possuem conceitos diferentes que ao serem relacionados explicam a ocorrência de um fenômeno.

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Este estudo adequa-se ao modelo de pesquisa qualitativa, onde, de acordo com Godoy (1995), é possível captar e entender a dinâmica do fenômeno a partir das pessoas nele envolvidas. Dessa forma, uma aproximação maior com o ambiente para se analisar de perto os fatores influenciadores do objeto de estudo será adotado com um caráter investigativo com levantamento bibliográfico e pesquisas de campo. Segundo Vergara (1997), pesquisa de campo é a investigação que será realizada no local dos eventos ocorridos para que se possa explicá-lo. A pesquisa de campo deste trabalho contou com entrevistas, além da observação e participação do pesquisador nas atividades realizadas pela organização.

3.2 UNIVERSO E AMOSTRA

O universo da pesquisa, ou população, é formado pelos elementos que apresentam características que serão alvo do estudo proposto (VERGARA, 1997). O universo estudado trata-se da Associação de Arte e Artesanato Vale da Esperança (AAAVE) na cidade de Caarapó, Mato Grosso do Sul, Brasil, no ano de 2023.

A amostra da pesquisa selecionado foi intencional, onde o pesquisador escolhe intencionalmente os elementos desta população que compõe a amostra (MARCONI; LAKATOS, 1998), dessa forma o pesquisador ao ter pleno conhecimento de tal população identifica os elementos que melhor representam tal grupo (COSTA NETO, 1977). No estudo em questão a amostra consiste em entrevista realizada com a presidente da AAAVE e a coordenadora social e financeira da associação. Tal escolha parte do princípio de descrever as ações realizadas pela associação e os resultados obtidos no meio comercial e comunitário, assim como as expectativas quanto à alavancagem de carreira de futuros artesãos.

3.3 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS

No presente estudo foi realizada uma pesquisa exploratória, esta que tem como finalidade familiarizar melhor à dificuldade encontrada (GIL, 2008). De acordo com Rovey (2000) este tipo de pesquisa tem como finalidade permitir uma melhor visão de um acontecimento. Assim sendo, para se acrescentar mais valor ao projeto serão coletados dados base para o projeto de pesquisa através da pesquisa bibliográfica, onde “é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos.” (GIL; 2010, p. 50), e também através de pesquisa de campo a fim de se obter informações direta dos entrevistados.

A escolha por pesquisa bibliográfica, sendo analisados livros, artigos científicos, e periódicos, juntamente com pesquisa de campo tem a finalidade de aprofundar a teoria e a prática relacionando as influências para com o ambiente acadêmico em estudo, com análise de dados primários e secundários, que segundo Rampazzo (2005), podem ser dados primários quando dados de documentação direta, no caso as entrevistas realizadas no meio acadêmico, ou documentação indireta através de dados secundários, assim sendo com as informações bibliográficas utilizadas para fundamentação e embasamento.

3.4 TÉCNICAS DE ANÁLISE DE DADOS

Os dados levantados através da pesquisa de campo foram organizados, analisados, interpretados e descritos em formato de texto, onde, de acordo com Chizzotti (2003), a pesquisa qualitativa permite que o autor interprete os significados de seu objeto de estudo por meio de diversos métodos de pesquisa, permitindo aos estudos formas textuais originais.

A Associação de Arte e Artesanato Vale da Esperança (AAAVE) é uma organização sem fins lucrativos localizada na cidade de Caarapó, no estado do Mato Grosso do Sul. Fundada em 1997, a associação tem como objetivo promover o desenvolvimento da cultura, da arte e do artesanato local, além de fomentar o empreendedorismo entre seus membros.

A AAAVE é formada por 20 artesãos, sendo eles 18 mulheres e 2 homens, que produzem diversos tipos de artesanato utilizando técnicas variadas, como crochê, tricô, bordado, pintura e cerâmica. A associação também realiza cursos e oficinas para capacitar os artesãos e oferece um espaço para exposição e venda de seus produtos.

Além de promover a cultura e o artesanato na região, a AAVE tem como objetivo gerar renda para seus membros e contribuir para o desenvolvimento econômico da cidade de Caarapó. A associação tem sido reconhecida como uma importante iniciativa de empreendedorismo e economia criativa na região, incentivando a participação de mulheres e jovens no mercado de trabalho local.

A AAVE é uma organização que demonstra a importância do empreendedorismo e da valorização da cultura e das artes para o desenvolvimento econômico e social de uma comunidade.

Algumas das principais dificuldades enfrentadas pelas mulheres da Associação de Arte e Artesanato Vale da Esperança são:

Dificuldades financeiras: a falta de recursos financeiros pode limitar a capacidade das mulheres de investir em materiais e equipamentos necessários para produzir peças de artesanato de qualidade e diversificar sua linha de produtos.

Falta de capacitação: muitas das mulheres que fazem parte da associação não tiveram acesso a treinamentos e capacitações específicas para desenvolver técnicas de artesanato mais elaboradas e aprimorar suas habilidades, dependendo diretamente dos cursos ofertados pela associação.

Dificuldades de acesso ao mercado: a associação pode enfrentar dificuldades para acessar canais de venda e divulgação de seus produtos, como feiras de artesanato e lojas especializadas. Além disso, a falta de conhecimento em técnicas de marketing pode dificultar a promoção e a venda dos produtos.

Falta de reconhecimento: muitas vezes, o artesanato é visto como uma atividade inferior ou pouco valorizada, o que pode desmotivar as mulheres que fazem parte da associação e afetar sua autoestima e autoconfiança.

Jornada dupla de trabalho: muitas das mulheres da associação também têm responsabilidades familiares e precisam conciliar o trabalho no artesanato com as tarefas domésticas e cuidado com os filhos, o que pode ser exaustivo e limitar sua disponibilidade para se dedicar ao empreendimento.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A Associação de Arte e Artesanato Vale da Esperança (AAAVE), tem como sua principal atividade a tecelagem com fios de lã de ovelha e algodão, além de artesanatos diversos, como a produção de animais do Pantanal em cerâmica, e ainda atividades envolvendo costura, crochê e confecções em madeira. Localizada na cidade de Caarapó, Mato Grosso do Sul, a associação surgiu logo após a realização de um curso idealizado pela primeira-dama da cidade na época, 1997, casada com o então prefeito Guaracy Boschilia, Maria Helena, que tinha muita admiração por artesanatos no geral, e conseguiu trazer para a cidade um curso, com duração de dois meses, de confecção de colchas, no qual participaram 23 mulheres. Com o término do curso e querendo continuar com as atividades, Josefa Marques Mazarão, uma das alunas, decidiu criar um grupo para continuar produzindo, foi então que surgiram as primeiras atividades da associação, que tem hoje a dona Josefa como presidente.

A princípio foi cedida pelo prefeito uma sala no CRAS (Centro de Referência de Assistência Social) da cidade, posteriormente uma casa foi alugada até o prefeito realizar a compra do terreno e a construção do local, cedido pela prefeitura, onde até hoje está localizada a Associação. Com esse novo espaço à disposição, foi aprovado pela prefeitura um projeto da Associação para a compra de equipamentos para tecelagem, tais equipamentos estão até hoje em funcionamento na associação e alguns não são mais produzidos no Brasil e não são encontrados no mercado. A partir daí a Fundação de Cultura juntamente com o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) se mobilizam para realizarem cursos de tecelagem na associação, a participação não era restrita à mulheres mas estas eram a maioria, porém com novos cursos sendo ministrados homens também passaram a integrar a grade de colaboradores.

No início a lã usada na produção era doada por fazendeiros da região, e com o tempo e maior destaque regional mais fazendeiros passaram a procurar a associação buscando vender a matéria-prima, porém com os recursos financeiros escassos a maneira encontrada pelos artesãos foi fazer a troca da lã por produtos como bacheiro (forro de lã colocado sob a sela), em outros casos a lã é pesada, seu valor calculado e 30% do valor (ou o valor total) convertido em outro(s) produto(s) de valor correspondente.

Até o ano de 2020 as atividades da AAAVE tinham como foco a tecelagem e fiação, com fios de lã de ovelha e de algodão, sendo produzidas peças como: tapetes,

roupas, bolsas, colchas, caminhos de mesa, cachecóis, ponchos, etc. A produção ocorria simultaneamente a novos cursos e oficinas, sendo ministrados visando o desenvolvimento e aperfeiçoamento de novos artesãos. Até então, os artesãos ganhavam conforme produziam, sendo esse um dos principais motivos da alta rotatividade de artesãos na associação, já que a incerteza da venda de um produto significava a incerteza de pagamento, ou seja, instabilidade, sendo assim muitos recorriam ao artesanato apenas como atividade de recreação paralela à outra profissão que lhes proporcionasse um salário e estabilidade.

Em 2019, Zenilda Marques Mazarão de Almeida, 40 anos, filha de dona Josefa, se muda de Campo Grande para Caarapó por questões pessoais. Acompanhando os esforços da mãe em manter a associação em funcionamento apesar das dificuldades, em 2020, Zenilda assume as atividades administrativas da associação. Formada em Ciências Econômicas (2007) e Gestão Pública (2022), ela enxerga nas dificuldades da associação, oportunidades de crescimento. Ao atualizar os estatutos ela percebe a falta de cumprimento das normas em relação à responsabilidade social, que até então não era uma questão levantada na associação. A partir daí a associação passa por uma reformulação, com a presença de artesãos com diferentes técnicas produzindo artefatos diversos, além de ministrarem oficinas para captar e capacitar mais pessoas. A associação passa então a tomar a forma de cooperativa, e oferecer uma maior variedade de produtos e serviços, a fim de alcançar pessoas em vulnerabilidade social e oferecer-lhes oportunidades para entrar no mercado de trabalho através do artesanato e/ou futuramente empreender.

Graças a um projeto apresentado à prefeitura pela AAAVE e aprovado, a fim de conseguir recursos, foi possível a realização de oficinas e cursos dentro do Estabelecimento Penal Masculino de Regime Fechado de Caarapó; no REVIVI (Associação Benéfica Recuperando Vidas do Vício), projeto que visa resgatar dependentes químicos; e nas aldeias.

Atualmente a AAAVE conta com oficina de pintura de tela para crianças de 8 a 12 anos, e para adultos oficinas de cerâmica, tecelagem, fiação, tingimento natural, e ainda um projeto que está em sua primeira fase que é o projeto Benjamin, onde mulheres que sofreram abuso e/ou violência doméstica são atendidas e passam por sessões de terapia até, posteriormente, serem apresentadas às oficinas da associação, e futuramente cursos profissionalizantes, sendo esse um desejo atual da gestão: poder

oferecer cursos em diversas áreas, apresentando a essas pessoas oportunidades e novas perspectivas de carreira.

Com mais de 25 anos no mercado e com um nome consolidado no meio artesão, a associação atualmente conta com 20 associados produzindo, sendo 18 mulheres e dois homens, atingindo diretamente em torno de 40 famílias, levando em consideração as pessoas que participam das atividades realizadas pela associação. A captação dessas pessoas ocorre através de redes sociais e também por meio do CRAS. Com registros a partir de 2022, em torno de 130 pessoas por ano participam das atividades da associação, produzindo e/ou participando das oficinas.

No momento atual, a AAVE conta com o convênio com a prefeitura, que disponibiliza R\$70.000 por ano para a associação, com esse valor são pagas as contas para manutenção da associação, compra de materiais, e honorários dos instrutores que ministram as oficinas, se for o caso, visto que, atualmente a maior parte dos profissionais atuando na Associação são voluntários. Outro projeto em andamento é a participação no programa Futuro Bem Maior, programa criado pelo Movimento Bem Maior, que visa fortalecer iniciativas de impacto comunitário, assegurando os direitos humanos e sociais de pessoas em situação de vulnerabilidade, nele são escolhidos projetos por meio de editais, que contemplam as organizações escolhidas por dois anos (a AAVE está no primeiro ano de apoio do programa).

Um projeto futuro da associação é vir a se tornar um instituto, e conseguir investimento para que seja possível contratar pessoas fixas que possam se dedicar à produção artesanal como principal atividade de fonte de renda dos artesãos. Espera-se conseguir ao menos uma pessoa fixa em cada fase da produção, já que atualmente uma pessoa precisa atuar em mais de uma etapa da produção e consequentemente o rendimento é menor, o que muitas vezes força-os a recusar encomendas em grande escala, visto que, a produção é limitada. Tal motivo também impediu a participação em feiras em datas próximas, pela falta de produtos para expor.

A expectativa é conseguir realizar a venda dos produtos através de novos métodos, para que seja possível alcançar um número maior de consumidores. Atualmente o único meio de se adquirir uma peça é comprando pessoalmente na sede da Associação que também funciona como loja. Um novo espaço para uma

loja física está em tramitação, assim como a criação de um site e redes sociais para divulgação dos produtos, porém para isso é necessária a contratação de pessoal responsável pelo e-commerce.

A expectativa em relação às redes sociais gira em torno do fato da AAAVE ter fornecido produtos para mais uma produção da TV Globo, a novela Terra e Paixão, gravada no Mato Grosso do Sul, em fazendas na região da cidade de Caarapó. A Associação recebeu a visita de produtores e cenógrafos da novela que buscavam por artesanatos da região para compor os cenários de gravação, o contato foi possível através da Fundação de Cultura de Campo Grande, onde estão registrados os artesãos da região. Anteriormente a AAAVE já havia fornecido produtos para o remake da novela Pantanal, também da TV Globo, filmada no Mato Grosso do Sul. Aproveitar essa oportunidade de publicidade dos produtos pode trazer maior visibilidade às atividades da Associação além de impulsionar o turismo na região.

Com uma bagagem de mais de 20 anos de atuação, a AAAVE, já participou de feiras nas cidades de Caarapó, Juti, Naviraí, Dourados, Laguna Caarapã e Campo Grande no estado do Mato Grosso do Sul, e ainda em São Paulo e Brasília. Atualmente, as atividades da AAAVE contemplam pessoas de várias idades, o intuito é que seja possível, através das oficinas e futuros cursos profissionalizantes, incentivar a produção artesanal e empreender através do artesanato.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi possível perceber a dificuldade encontrada pela associação em comercializar os produtos através de outros tipos de canais de venda além da compra presencial na associação, enquanto a abertura da loja física encontra-se em tramitação. A AAVE também não realiza vendas online por falta de recursos para contratar alguém para a função. Com o site próprio ainda em desenvolvimento, a divulgação dos produtos em redes sociais depende diretamente dos próprios associados.

Com a expansão de cursos e oficinas oferecidas pela AAVE, os artesãos passam a ter acesso a novas técnicas de produção artesanal, além de que, a oferta de oficinas atinge mais camadas da sociedade e conseqüentemente traz uma visibilidade e incentivo maior à produção de artesanatos.

Com o Projeto Benjamin, onde mulheres vítimas de violência doméstica recebem apoio psicológico, e posteriormente, são apresentadas às técnicas de produção artesanal, a Associação pretende incentivar o artesanato como uma forma dessas mulheres empreenderem. Além disso, pretende-se futuramente conseguir investimento para serem disponibilizados outros cursos profissionalizantes para pessoas desempregadas e/ou em vulnerabilidade social, para que essas se sintam encorajadas a empreender em diferentes atividade no mercado.

Como sugestões para pesquisas futuras, poderiam se aprofundar estudos sobre como o trabalho e a atividade empreendedora podem influenciar a vida de mulheres vítimas de violência e/ou abuso, seria uma pesquisa de suma importância para projetos como o Projeto Benjamin realizado pela AAVE que ainda está no início das atividades e ainda não possui resultados para servirem como base. Outra pesquisa a ser realizada poderia levantar dados sobre como a capacitação de jovens em situação de vulnerabilidade social e o incentivo ao empreendedorismo podem influenciar o crescimento e desenvolvimento de cidades do interior, onde ocorre o êxodo de jovens em busca de qualificação profissional, o que resulta na falta de diversos profissionais e serviços nesses locais. Tal sugestão ambrange parte do público que a AAVE busca inserir em suas atividades para capacita-los.

REFERÊNCIAS

ALANO, Juliana et al. Evolução do Empreendedorismo no Brasil: Um Estudo do Global Entrepreneurship Monitor no Período de 2001 a 2013. In: **XIV Mostra de Iniciação Científica, Pós-graduação, Pesquisa e Extensão**. 2014.

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. **Núcleo de Pesquisa da FINAN**, v. 3, n. 3, p. 1-14, 2012.

Análise da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – PNAD: 2016/2017. – Mercado de trabalho – Brasília: MTE, AI, 2017.

BRUYNE, Paul de. **Dinâmica da Pesquisa em Ciências Sociais: os polos da prática metodológica**. Rio de Janeiro: Francisco Alves Editora, 1991.

BRASIL. Portaria Nº 29 - SCS, de 5 de outubro de 2010. Torna pública a base conceitual do artesanato que visa subsidiar o Sistema de informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro. Diário Oficial da União, Brasília, DF, n.192, 6 out 2010. Seção 1, p.100 a 102., pt.1.

CHIZZOTTI, Antonio. A pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais: evolução e desafios. **Revista portuguesa de educação**, v. 16, n. 2, p. 221-236, 2003.

COSTA NETO, P. L. O. **Estatística**. São Paulo: Edgard Blücher, 1977.

DE CAMPOS STROBINO, Márcia Regina; TEIXEIRA, Rivanda Meira. Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba. **Revista de Administração**, v. 49, n. 1, p. 59-76, 2014.

DE MEDEIROS BRANDÃO, Pamela; DA SILVA, Francisco Raniere Moreira; FISCHER, Tânia. **Potencialidades do Artesanato no Desenvolvimento de Destinos Turísticos Criativos e Sustentáveis**. *Tourism & Management Studies*, v. 1, p. 195-202, 2013.

DE OLIVEIRA, Maxwell Ferreira. Metodologia científica: um manual para a realização de pesquisas em Administração. **Universidade Federal de Goiás. Catalão–GO**, 2011.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor: A metodologia de ensino ajuda transformar conhecimento em riqueza**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DOS SANTOS, Eliane Davila; HAUBRICH, Gislene Feiten. Portal Rede Mulheres Empreendedoras: empreendedorismo, cultura e imagens de si. **Letras de Hoje**, v. 53, n. 3, p. 412-421, 2018.

DRUCKER, P.F. **Inovação e Espírito Empreendedor: Práticas e Princípios**. 1. Ed. São Paulo: Pioneira, 2003.

FERREIRA, Jane Mendes; NOGUEIRA, Eloy Eros Silva. Mulheres e suas histórias: razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 17, n. 4, p. 398-417, 2013.

FIGUEIREDO, MD de et al. Empreendedorismo feminino no artesanato: Uma análise crítica do caso das rendeiras dos Morros da Mariana, Piauí. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, v. 14, n. 2, p. 110-123, 2015.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

FREITAS, Ana Luiza Cerqueira. **Uma experiência de inserção da metodologia de projeto de produto**, 2017.

GEM (Global Entrepreneurship Monitor) - "**Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo 2021**" - IBQP (2021). Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/pesquisa-gem/#relatorio>>. Acesso em: Abril/2023

GEM (Global Entrepreneurship Monitor) - "**Empreendedorismo no Brasil: Recorte Temático: Sexo Brasil - 2021**" - IBQP (2021). Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2022/11/Recorte-Tematico-Sexo-GEM-Brasil-2021.pdf>>. Acesso em: Abril/ 2023.

GOMES, A. F.; SANTANA, W. G. P. **As habilidades de relacionamento interpessoal de mulheres que trabalham por conta própria: o caso de Vitória da Conquista-BA**. In: *Anais do Seminário de Administração (Semead)*, São Paulo, SP, Brasil, 2004.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GODOY, Arilda Schmidt. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de empresas**, v. 35, p. 20-29, 1995.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo-9**. AMGH Editora, 2014.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2018). Disponível em: <<https://ibge.gov.br/>>. Acesso em: Junho/2019.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios Contínua (PNADC), II trimestre de 2013. Disponível em: <<https://ibge.gov.br/>>. Acesso em: Abril/2023.

JONATHAN, Eva G.; SILVA, TMR da. Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. **Psicologia & Sociedade**, v. 19, n. 1, p. 77-84, 2007.

LEITE, Emanuel Ferreira. **O Fenômeno do Empreendedorismo - Criando Riquezas**. Recife: Bagaço, 3ª Edição. 2002.

LEVIE, J. et al. **Leveraging Entrepreneurial Ambition and Innovation: A Global Perspective on Entrepreneurship, Competitiveness and Development**. World Economic Forum. 2015.

MANZATO, Antonio José; SANTOS, Adriana Barbosa. **A elaboração de questionários na pesquisa quantitativa**. Departamento de Ciência de Computação e Estatística–IBILCE–UNESP, p. 1-17, 2012.

MARCONI, M. D. A. ; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MENEZES, Robert. **MTC - Metodologia para Gestão do Processo de Formação Empreendedora em Universidades**. Brasília: Locus Científico, I (IV), 72-78, 2007.

Movimento Bem Maior, 2023. Disponível em: <<https://movimentobemmaior.org.br/>>. Acesso em: Março/2023

NATIVIDADE, Daise Rosas da. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. **Revista de Administração Pública**, v. 43, n. 1, p. 231-256, 2009.

PIRILLO, S. R. (2013). **Políticas e Processos Produtivos do Artesanato Brasileiro como Atrativo de um Turismo Cultural**. Rosa dos Ventos, 5(1), 44-59.

RAMPAZZO, Lino. **Metodologia científica: para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação**. 3ª ed. Edições Loyola, 2005.

ROVERY, M. H. **Metodologia da Pesquisa**. Disponível em www.unilestemg.br/fapemig/downloads/exame_2004/1_Estrutura_Projeto_Pesquisa.doc.

SCHUMPETER, J. A. **The Theory of Economic Development**. Published in Harvard University Press-Transaction Inc. Cambridge: Mass, 1983.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico** (1 ed., 1934). Tradução de Maria Sílvia Possas. Coleção Os Economistas. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Perfil do Microempreendedor Individual**. Relatório de pesquisa Sebrae (2017). Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>>. Acesso em: Junho/2019.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Relatório especial – **Empreendedorismo Feminino no Brasil** (Março de 2019). Disponível em; <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/Empreendedorismo-Feminino-no-Brasil-2019_v5.pdf>. Acesso em Maio/ 2019.

SEBRAE em dados - **Empreendedorismo Feminino**. Sebrae PR, 2023. Disponível em: <<https://sebraepr.com.br/comunidade/artigo/sebrae-em-dados-empreendedorismo-feminino>>. Acesso em: Março/ 2023.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - **Infográfico: O que sabemos sobre o empreendedorismo Feminino** (Março /2023). Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/03/Infografico-Mulheres-Empreendedoras_V2.pdf>. Acesso em: Março/2023.

STRAUSS, Anselm; CORBIN, Juliet. **Basics of qualitative research techniques**. Thousand Oaks, CA: Sage publications, 1998.

UCHOA, M. R. . **Mulher e mercado de trabalho no Brasil : um estudo sobre igualdade efetiva : baseado no modelo normativo Espanhol** — São Paulo : LTr, 2016.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos. Empreendedor: origens, concepções teóricas, dispersão e integração. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, p. 874-891, 2014.

VERGARA, S.C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 1997.

VIEIRA, Geruza Silva de Oliveira et al. **Artesanato: identidade e trabalho**. 2014.