



EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO DE CASO DO PERFIL EMPREENDEDOR DAS ARTESÃS DE TIRADENTES-MG

Edlângela Nazaré Lima Cabral

Rosemara Rodrigues da Cunha

Orientador (a): Monique Terra e Silva

RESUMO: Ao longo dos últimos anos, o termo empreendedorismo tem-se difundido tanto socialmente quanto nas academias e o crescente aumento da presença de mulheres ligadas ao setor empreendedor se destaca na temática. Se até algumas décadas atrás elas não detinham nem a liberdade de escolher seus representantes políticos, hoje muitas são donas do próprio negócio. Acredita-se que tal realidade se deve, em grande parte, as mudanças nos paradigmas da sociedade brasileira. Com isso, o papel da mulher no mercado de trabalho vem sendo redefinido e, na maioria das vezes, ela não é vista somente como mãe e dona de casa. Dessa forma, o objetivo do presente artigo é estudar o perfil de mulheres que empreendem no segmento de artesanato na cidade histórica de Tiradentes-MG. O foco se concentra nas características das artesãs, bem como no entendimento de quais são suas motivações e as dificuldades encontradas por elas ao longo do exercício de sua atividade. Para tal, será utilizada a pesquisa qualitativa, sendo que a coleta de dados se dará a partir de uma entrevista semiestruturada. Esse estudo é de suma importância, visto que a presença de mulheres empreendedoras na geração de emprego e renda é um avanço na história do nosso país.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Mulheres. Artesanato. Motivações. Dificuldades.

1. INTRODUÇÃO

É evidente o aumento da presença de mulheres assumindo cargos de destaque dentro de empresas no Brasil. Isso se deve a mudança na estrutura familiar, onde a mulher passa a contribuir com a renda para sustentar a casa e na aceitação dela, no meio corporativo. Essa mudança visa equilibrar a balança entre homens e mulheres no mercado de trabalho, visto que, ao longo de décadas a figura feminina era vista como “fraca” e até mesmo “incapaz”. Dessa forma, apesar do preconceito ainda se fazer presente, grande parte das pessoas não vê mais a mulher apenas como aquela que cuida do lar e dos filhos.

Considerando a relevância do tema e o crescente número de mulheres atuando no setor empreendedor, faz-se necessário compreender o que as motivam a abrir e gerenciar o próprio negócio. Além disso, é necessário destacar quais características são marcantes em sua personalidade profissional e descobrir os obstáculos que precisaram superar para chegar onde estão hoje. Dessa forma, queremos saber: qual é o perfil empreendedor, as motivações e dificuldades enfrentadas pelas artesãs de Tiradentes-MG?

Esse estudo se justifica pela importância do artesanato para a economia do nosso país. Tal ramo de atividade tem presença marcada em cidades históricas pelo Brasil afora e em Tiradentes-MG não é diferente. Essa cidade é um dos principais destinos para conhecer o roteiro histórico de Minas Gerais. Localizada na Estrada Real, Tiradentes-MG recebe milhares de turistas todos os anos atraídos pela gastronomia, hotelaria e artesanatos diversos. Grande parte do artesanato desenvolvido nessa região é fruto do trabalho de artesãs, mulheres que produzem os mais variados tipos de manufaturas, revelando nelas traços do passado, transmitidos de geração para geração.

O objetivo geral dessa pesquisa, sustentada pelas bibliografias pertinentes por meio de estudo de caso, é analisar o empreendedorismo feminino no setor de artesanato. Tomar-se-á como objeto de estudo, artesãs que empreendem na cidade histórica de Tiradentes-MG. Especificamente, buscou-se pesquisar alguns conceitos e características do empreendedorismo, bem como sua evolução nos últimos anos. Para assim, definir o perfil empreendedor de artesãs de Tiradentes-MG, determinar suas motivações e as dificuldades encontradas por elas ao longo de suas carreiras.

Para realização desse estudo de caso foi utilizada a abordagem qualitativa que utilizou uma entrevista semiestruturada para coletar as informações de interesse, que darão importância e relevância ao assunto pesquisado nesse trabalho. Seis artesãs que atuam na

cidade de Tiradentes-MG responderam à entrevista, onde foi permitido a elas discorrerem sobre várias questões relacionadas a sua atividade profissional.

Esse artigo está estruturado em tópicos que abarcam: os aspectos conceituais sobre o empreendedorismo, o empreendedorismo sob a perspectiva da necessidade, o empreendedorismo feminino e suas peculiaridades e, por fim, a importância do artesanato no Brasil e a significativa presença de mulheres atuando nesse segmento.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 ASPECTOS CONCEITUAIS SOBRE O EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é pauta de diversos estudos, devido ao crescente número de pessoas que vem optando por abrir seu próprio negócio. Muitos autores reconhecidos nessa área buscam explicar o conceito de empreendedorismo, bem como as peculiaridades pessoais e gerenciais do termo, que são tipicamente percebidas nos empreendedores. Segundo dados da GEM- Global Entrepreneurship Monitor - (2017), principal pesquisadora de empreendedorismo do mundo, entre os anos de 2007 a 2017, o número de pessoas empreendendo no Brasil mais que triplicou. Tal pesquisa levou em consideração, empreendedores na faixa etária de 18 a 64 anos. A GEM inclui, atualmente, 60 países e no Brasil, a pesquisa vem sendo conduzida, desde o ano de 2000, pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBPQ), em parceria com o Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios (CENN) da Fundação Getúlio Vargas e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Antes de progredir é necessário entender o conceito de empreendedorismo. A palavra é de origem francesa (*entreprendre*) e, em linhas gerais, significa aquele que assume riscos e começa algo novo (DORNELAS, 2001).

As definições acerca do termo empreendedor são muitas e Dolabela (1999, p.43) utiliza-o para designar, principalmente, a pessoa que se “[...] dedica à geração de riqueza, seja na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento ou na inovação em áreas como marketing, produção e organização”. Além disso, pode-se definir ainda, o empreendedor como aquele que fareja oportunidades e busca agir de forma rápida, aproveitando delas antes que outros o façam. Em outras palavras, o empreendedor é o indivíduo que inicia e/ou opera um negócio próprio com intuito de realizar uma ideia, ou satisfazer um projeto pessoal, assumindo riscos e responsabilidades e, inovando sempre (CHIAVENATO, 2007).

É possível alinhar o empreendedorismo ao desenvolvimento econômico, alguns autores enfatizam, através de seus estudos, a importância dessa relação. Esse é o caso do autor Schumpeter (1949, *apud* Dornelas, 2001, p.37), para ele, “o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais”. Sendo assim, “geralmente assume-se que o empreendedorismo se encontra sempre e em qualquer lugar associado ao progresso econômico, embora ausente da vasta maioria dos modelos econômicos” (BARROS e PEREIRA, 2008, p. 977).

Sob outra perspectiva outros estudiosos, identificam uma ligação representativa entre o empreendedorismo e a inovação. Ambos os termos vêm sendo amplamente debatidos nos últimos anos, devido à importância que eles têm para as organizações. Peter Drucker (1987, p.39) ressalta que “a inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio diferente. Ela pode ser apresentada como disciplina, ser aprendida e ser praticada”. Sendo assim, a fim de aproveitar uma oportunidade dentro do mercado, os empreendedores precisam atuar de forma proativa, antecipando futuros problemas, necessidades ou mudanças e com isso obter inovações de forma sistematizada (DORNELAS, 2008). Dentro desse contexto, Leite (2002) destaca ainda a importância da inovação para encarar o mundo capitalista, marcado pela alta competitividade entre as empresas. Nesse cenário, a inovação deve ser vista como a arma de qualquer organização contra seus concorrentes. Portanto, ela é o motor das empresas, ou seja, é algo que as impulsiona a produzir mais, incentivando, conseqüentemente, a economia dos países em que estão inseridas (CAVALCANTI; GOMES, 2001).

O empreendedorismo como algo tão presente no nosso país tem sido estudado sob diversos aspectos. Recente estudo do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2017), referente a demografia das empresas e estatísticas de empreendedorismo, mostrou que a taxa de sobrevivência dos negócios brasileiros tem diminuído ao longo dos últimos anos. Entre os anos de 2016 e 2017, a taxa de sobrevivência foi menor que a de saída do mercado, portanto, muitas empresas fecharam as portas nesse período. Como meio de entender tais números é necessário buscar compreender as razões pelas quais muitas empresas não têm sobrevivido e prosperado. Lam (2012) aponta, através de seus estudos, que confiar apenas em uma boa ideia, não se preocupar em ter um grupo de colaboradores unido, depender apenas de um tipo específico de clientes, não se preparar para os riscos que possam surgir e necessitar exclusivamente de um único fornecedor de matéria-prima ou produtos são os cinco fatores

principais que podem levar o empreendimento a ter insucesso e, conseqüentemente, vir a fechar as portas.

Para fins didáticos, o empreendedorismo é subdividido em duas modalidades: empreendedorismo por oportunidade e empreendedorismo por necessidade. No primeiro caso, segundo Carvalho (1996), os empreendedores iniciam um negócio, movidos pela paixão, buscam deter o conhecimento sobre determinado assunto e mergulham de cabeça. Já no segundo tipo, “[...] o candidato a empreender se aventura na jornada empreendedora mais por falta de opção, por estar desempregado e não ter alternativas de trabalho” (DORNELAS, 2001, p.28). Sendo assim, a classificação do tipo de empreendedor é determinada pelo fator motivador. Ele será do grupo que é movido pela necessidade de suprir uma carência ou será aquele que visualizou uma oportunidade dentro do mercado, reuniu meios e se dedicou a aproveitá-la.

2.2 EMPREENDEDORISMO À BRASILEIRA: OS VIRADORES

O empreendedorismo no Brasil vem alcançando papel de destaque devido à notabilidade que o termo conquistou ao longo dos anos. Segundo Dornelas (2001) o empreendedorismo começou a surgir no nosso país na década de 1990, principalmente com a criação de entidades como o SEBRAE e a SOFTEX - Sociedade Brasileira para Exportação de Software. De acordo com esse autor, antes da criação das mesmas, não se falava em empreendedorismo, uma vez que, o ambiente econômico e político não era favorável. Dentro desse cenário, a figura e as características do povo brasileiro são de suma importância para valorização do termo empreendedorismo no Brasil. A sua maneira de agir, a luta diária pela sobrevivência e a vontade de superar as dificuldades têm contribuído para a ascensão do país quando o assunto é empreendedorismo (LAMBRANHO, 2003).

Tendo como base os dados estatísticos da pesquisa da GEM no ano de 2018, o Brasil apontou, assim como em 2017, um pequeno aumento na relação entre empreendedores por oportunidade e por necessidade, quando se comparados ao ano anterior. Em 2017, para cada empreendedor por necessidade havia 1,5 por oportunidade. Já em 2018, essa relação chegou a 1,6. Tais dados mostram que a diferença entre a quantidade de empreendedores por necessidade e por oportunidade vem diminuindo ao longo dos últimos anos. Há cerca de 8 anos, para cada empreendedor por necessidade haviam 2,1 por oportunidade (GEM, 2010).

Com a ascensão do empreendedorismo por necessidade quase equiparada ao empreendedorismo por oportunidade, Souza Neto (2017) em sua tese de doutorado, criou o

termo “virador”, que representa o indivíduo que diante de uma necessidade busca meios de sobreviver e/ou aumentar sua renda. Dessa forma, pode-se atrelar esse tipo de empreendedor a constante busca do ser humano em suprir suas necessidades. Tais necessidades podem ser definidas como um desequilíbrio interno do indivíduo ou a manifestação de uma carência que ao surgir causa um estado de tensão, insatisfação e desconforto (LEZANA, 2004).

A motivação é o fator principal que determina o tipo de empreendedor. Dentro desse cenário, de acordo com Archer (1997), a motivação está ligada a busca pela satisfação das necessidades internas de cada indivíduo. Além disso, é notório que fatores externos como as características culturais, sociais e ambientais, também influenciam o ato de empreender (GARAVAN; O’CINNEIDE, 1994). Dessa forma, faz-se necessário compreender tanto o meio interno quanto o externo, de modo a entender as razões pelas quais, um determinado indivíduo opta por ser o seu próprio chefe.

2.3 ARTESANATO NO BRASIL E A SIGNIFICATIVA PRESENÇA DE MULHERES

Antes de adentrar no mundo do artesanato é de suma importância compreender o que ele é e o que representa para o nosso país. O artesanato pode ser definido, de acordo com Pereira (1979, p.21), como “[...] um complexo de atividades de natureza manual, através das quais o homem manifesta a criatividade espontânea”. É a partir do artesanato que uma pessoa desenvolve manualmente um produto único, pois, sem a mecanização é quase impossível produzir dois produtos iguais. Além disso, esse tipo de manufatura pode ser colocado como um meio de se construir uma identidade local. Logo, ele constitui, na maioria das vezes, a cultura de uma determinada cidade ou região (CUCHE, 1999).

Como atividade empreendedora, o artesanato, na visão do presidente do conselho deliberativo do SEBRAE, Andrade (2016), “[...] é uma atividade econômica importante para a maioria dos municípios brasileiros”. Tal afirmação pode se esclarecer à medida que se compreende que esse ramo de atividade interfere no panorama econômico e social do país, pois, se caracteriza como uma fonte de rendimento e emprego. Além disso, o artesanato funciona como um elo entre a população e seu território. Em suma:

O artesanato interfere no tecido econômico e social, como fonte de rendimento e de emprego, além de ser um fator de ligação das populações com o seu território. Portanto, o artesanato ocupa um lugar de destaque no âmbito das atividades econômicas, sendo um dos poucos setores, que ao longo dos anos tem combinado de forma singular um potencial econômico e de criação de emprego que são reconhecidos com uma vertente cultural e turística sempre presente (CEART, 2007 *apud* OLIVEIRA, 2009, p.39).

A figura da mulher está presente no artesanato desde os tempos antigos. Tal fato se deve, segundo Heleieth Saffioti (1981, p.21), “[...] a ideologia de que a mulher apresenta mais habilidade manual para o desempenho de atividades minuciosas”. Ao inserirmos a mulher no contexto da atividade artesanal, um dado expressivo nos chama atenção: a maioria dos artesãos brasileiros, 77%, é do sexo feminino (SEBRAE, 2013). Portanto, desde sempre a mulher figura o cenário do artesanato, utilizando-se de suas características para desenvolver produtos que exigem certa delicadeza para serem produzidos.

2.4 EMPREENDEDORISMO FEMININO E SUAS PECULIARIEDADES

Com o inegável aumento da presença feminina no mundo dos negócios, diversos estudiosos buscaram ao longo de suas carreiras compreender a figura da mulher no meio corporativo. Segundo Moore e Buttner (1997) muitos estudos tinham como intuito mostrar quais características psicológicas e sociais são facilmente encontradas em empreendedoras. Além disso, vê-se uma necessidade de entender o que atraiu diversas mulheres a abrir seu próprio negócio. Alguns autores justificam tal realidade a partir da tendência delas usarem os rendimentos oriundos do seu trabalho para complementar a renda familiar (MENEZES; BERTUCCI, 2009).

O aumento do número de mulheres empreendendo no nosso país foi apontado pela GEM. Ela mostrou que, no ano de 2017, 24 milhões de mulheres são empreendedoras no Brasil. Tal número as coloca bem próxima aos homens empreendedores que chega a 25 milhões. A PNADc (2018) - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio contínua – realizada pelo IBGE apontou que as mulheres empreendedoras estão concentradas na faixa etária de 35 a 45 anos. Se há pouco mais de 80 anos no nosso país, as mulheres não podiam nem ao menos votar, hoje elas têm presença marcada em empreendimentos de sucesso. Para complementar a GEM (2018) diz ainda que a proporção de negócios por necessidade é maior no grupo das mulheres se comparada aos homens. Dessa forma, pode-se dizer ainda que as mulheres têm participado de forma ativa no cenário empreendedor, motivadas pela necessidade de sobrevivência e, têm maior participação em negócios iniciais em detrimento dos empreendimentos estabelecidos (GEM, 2005).

Para entender como se chegou até aqui é importante compreender o que acontecia a tempos atrás. Barnett (2004) afirma que tanto a organização do trabalho quanto a da família repousavam sobre mitos referentes à diferença entre os gêneros. A ideia de que as mulheres têm necessidades e capacidades para cuidar da casa e dos filhos, enquanto os homens têm

habilidades para desenvolver atividades fora do lar, para assim conseguir sustentar sua família. Essa visão nos leva ao passado, como na Grécia, onde as atividades femininas eram ligadas ao tecido e a agulha enquanto os homens exerciam trabalho na marcenaria e na confecção de calçados (PEREIRA, 1979).

A divisão do trabalho veio a se acentuar na Idade Média, quando o artesanato como modo de produção e atividade produtiva teve seu auge. Nesse período, segundo Sennett (2009, p.72), “o homem do ofício artesanal não aceitava as mulheres como membros das guildas, embora limpassem e cozinhasse nas casas das oficinas”. Nota-se o preconceito com a mulher, colocando-a como “incapaz” para exercer funções que não fossem relacionadas a casa e aos filhos. No entanto, no decorrer do trabalho de historiadores descobriu-se um número crescente de mulheres nas corporações durante esse período, mas exercendo atividades feminizadas como tecelãs e roupeiras (KERGOAT, 2009).

Com o passar do tempo o preconceito foi sendo deixado de lado e muitas mulheres acabaram abrindo seu próprio empreendimento. De acordo com Quental e Wetzel (2002), as mulheres têm optado por abrir seu próprio negócio devido à flexibilidade e autonomia que esse proporciona e por fatores motivacionais relacionados à estratégia de conciliar a rotina familiar com o trabalho. Mas, quando a discussão traz em cena a comparação entre homens e mulheres, é claro que elas ainda enfrentam mais obstáculos que os eles quando vão desenvolver uma atividade empreendedora. Isso independe do lugar, da cultura ou do ambiente empreendedor onde estão inseridas. Os desafios, em menor ou mais escala sempre estão presentes (MOURA; MELLO, 2018).

3. METODOLOGIA

Os caminhos metodológicos escolhidos para a pesquisa foi a abordagem qualitativa, com o objetivo de descrever, em profundidade, o perfil empreendedor das artesãs do município de Tiradentes-MG. Além disso, o foco desse estudo consiste em identificar as motivações e as dificuldades enfrentadas ao empreender como forma de atividade remunerada, bem como compreender o modo de gestão de empreendimentos no setor artesanal.

A escolha pela abordagem qualitativa se justifica pela busca da “[...] compreensão detalhada dos significados e características situacionais apresentadas pelos entrevistados, em lugar da produção de medidas quantitativas de características ou comportamentos” (RICHARDSON, 2012, p. 90). Diante dessa perspectiva, Lakatos e Marconi (2007)

acrescentam ainda que o estudo qualitativo se desenvolve mediante uma situação natural e fornece riqueza de dados descritivos, tendo como foco a realidade de forma complexa e contextualizada.

Nessa proposta, visa-se compreender “[...] as características de determinada população ou fenômeno, ou então, o estabelecimento de relação entre variáveis” (GIL, 1999, p.42). É importante ressaltar que a seleção das participantes da pesquisa se dará por acessibilidade e indicações, não sendo pretensão da investigação a abordagem quantitativa para definição de amostras, nem criação de um padrão estatístico para os resultados do estudo. Dessa forma, a coleta de dados se dará de forma primária, ou seja, por uma investigação em campo.

Para a coleta dos dados foi elaborado um roteiro de entrevista semiestruturado, contendo 15 perguntas, com intuito de permitir maior liberdade para que as entrevistadas discorram sobre o assunto abordado pelas pesquisadoras. Esse instrumento de coleta, permitirá as entrevistadas discorrerem sobre o assunto em questão de forma ampla e ordenada, buscando assim, abranger o máximo de informações acerca de suas características empreendedoras, bem como fornecerá meios para compreender suas motivações e dificuldades ao optarem por abrir o seu próprio negócio.

O uso de entrevista se caracteriza por fornecer a oportunidade de averiguar dados, conhecer a opinião de determinado grupo de pessoas, determinar fatores que influenciam os pensamentos, sentimentos ou ações e permite ainda descobrir quais foram, são ou seriam as condutas dos envolvidos sejam elas passadas, presentes ou futuras (LAKATOS, MARCONI, 2010).

Durante esse processo de coleta, será solicitado a participante, garantindo-lhe sigilo e discrição das informações coletadas, que a entrevista seja gravada, para que posteriormente seja transcrita e analisada pelas pesquisadoras. Após a coleta, todos os dados serão analisados com objetivo de descrever as características do grupo estudado, bem como explicitar as motivações e dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras envolvidas.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Para estudar o perfil empreendedor das artesãs da cidade de Tiradentes-MG e descrever suas motivações e dificuldades foi entrevistado um grupo de seis mulheres. Elas foram escolhidas pelo método bola de neve e acessibilidade (uma artesã indica a outra e assim por diante). As entrevistadas possuem idades que variam de 24 a 67 anos e são, em sua maioria, casadas e com filhos. A PNADc (2018), realizada pelo IBGE, apontou que as mulheres donas do seu próprio negócio são mais jovens, estando concentradas na faixa de 35

a 45 anos. Já a presente pesquisa envolvendo artesãs que atuam na cidade de Tiradentes-MG mostrou que as entrevistadas possuem, em sua maioria, idade maior que a apontada pelo estudo do IBGE.

A artesã mais nova exerce atividade artesanal como herança familiar, seu pai fabrica peças em bronze e ela vem trilhando os mesmos passos dele. Na figura 1, lado esquerdo, pode-se observar o artesanato fabricado pela artesã supracitada em fundo de quintal, “meu pai é minha grande inspiração, desde pequena eu via ele trabalhando com isso”. Hoje em dia, pai e filha conseguem abranger ampla parcela desse segmento de mercado. Já a artesã mais velha não tem na sua família ninguém que exerça atividade ligada ao ramo artesanal. Ela considera que o dom facilitou e justificou a aptidão para aprender grande parte do que sabe. Essa artesã desenvolve habilidade manual através da fabricação de peças decoradas em fuxico. Na figura 1, lado direito, é possível ter uma prévia do trabalho realizado por ela.

Figura 1: Batedor de porta confeccionado em bronze e pano de prato com fuxico



Fonte: Autoria própria (2019)

Todas as entrevistadas atuam no município de Tiradentes-MG, exercendo ativamente as mais diversas atividades artesanais a pelo menos quatro anos. A maioria delas começou a desenvolver trabalhos ligados ao setor artesanal ainda na adolescência, por volta dos 20 anos. No decorrer da entrevista, uma das artesãs revela “era meu sonho aprendê a fazê chochê, nossa... (interjeição de alegria) porque lá em Prados (cidade onde ela nasceu) todo mundo faz chochê, aí eu via as pessoa fazeno né e aquilo pra mim era lindo, eu ficava até doida”. Quanto ao nível de escolaridade das artesãs, três das seis entrevistadas afirmaram que cursaram apenas parte do ensino fundamental. Outras duas relataram que chegaram ao ensino médio, mas não o concluíram. A próxima entrevistada está no último ano da graduação.

As artesãs que não chegaram a concluir o ensino médio, alegaram que deixaram os estudos de lado para trabalhar, pois, precisavam contribuir com a renda familiar e, conseqüentemente, ajudar na manutenção da casa. Dessa forma, elas relataram que a vontade de exercer a profissão artesã veio com a percepção de que poderiam obter retorno financeiro

fazendo algo que gostam. Pode-se observar, portanto, que tais artesãs podem ser definidas como do tipo “virador”, termo criado por Souza Neto (2017). Esse conceito serve justamente para designar pessoas que buscam meios de sobreviver e/ou aumentar a renda familiar, assim como as artesãs entrevistadas.

Quando o assunto é os fatores que levaram as entrevistadas a empreender, todas as seis artesãs relataram que a principal motivação se deve a questões culturais e ambientais, assim como Garavan e O’Cinneide (1994) citaram em seus estudos. Nesse contexto, as artesãs disseram que as características locais influenciaram no tipo de negócio que decidiram abrir. Sendo que a cidade de Tiradentes-MG, famosa por seus pontos turísticos, possui economia local voltada para o desenvolvimento de atividades ligadas a gastronomia, hotelaria e artesanato. O incentivo para aprender e exercer uma profissão ligada ao ramo artesanal vem de casa, quatro das artesãs entrevistadas receberam instruções de seus familiares mais velhos.

A maioria das entrevistadas diz que a profissão veio como herança familiar, caracterizando-se como um ofício que passou de pai/mãe para filha. As outras duas entrevistadas, que não tem na família, pessoas que saibam ou exercem atividade ligada ao artesanato, aprenderam sobre sua profissão, sozinhas, muitas das vezes orientadas até mesmo por artigos da internet. Diante dessa perspectiva, todas as entrevistadas alegaram que não precisaram realizar cursos especializados em atividade artesanal. Uma das artesãs disse inclusive que aprendeu muito rápido, “não, não precisei me especializar não. Minha tia me ensinou e com dois meses eu já aprendi”. As atividades manuais desenvolvidas pelas artesãs entrevistadas são as mais diversas, incluindo o artesanato de peças em bronze, peças em ferro, crochê, fuxico, bordados em ponto cruz e tricô. Conforme figura 2:

Figura 2: Roupa de bebê confeccionada em tricô e suporte em chochê para garrafa



Fonte: Autoria própria (2019)

Quando questionadas sobre serem empreendedoras ligadas ao empreendedorismo por necessidade ou por oportunidade, cinco delas alegaram que quando começaram a necessidade foi o fator principal que as levaram a abrir o próprio negócio, pois, precisavam exercer uma profissão que lhes dessem retorno financeiro e, assim aumentar a renda familiar. Dessa forma,

quando indagadas sobre o quanto a atividade artesanal desenvolvida por elas contribuem para o rendimento familiar, todas disseram que é de suma importância, visto que complementam a renda dos demais membros da família que, na maioria das vezes, trabalham com outras atividades não ligadas ao ramo artesão. Uma das entrevistadas chegou inclusive a afirmar que o artesanato ajuda bastante financeiramente “só com a aposentadoria não daria conta de manter minha casa”. Todavia, quando perguntadas sobre o prazer que sentem por exercerem uma atividade ligada ao ramo artesão, todas declararam que esse fator atualmente as incentivam muito mais que o retorno financeiro. O amor pelo que fazem, segundo elas, as encorajam a se manter e a querer crescer cada vez mais dentro do seu mercado de atuação.

Em relação à conclusão obtida a respeito do empreendedorismo por necessidade e por oportunidade, o estudo comprova as estatísticas apontadas pela última pesquisa da GEM (2018). Tal pesquisa aponta que a maioria dos empreendimentos criados por mulheres são do tipo por necessidade. Entretanto, deve-se ressaltar que o prazer pela profissão encontrada, na maioria das vezes, nos empreendedores por oportunidade é facilmente percebido nas artesãs entrevistadas. Dessa forma, mesmo que a necessidade a tenham levado até o artesanato, o gosto pelo que fazem também foi um fator importante.

A obtenção de materiais para produção nesse caso não é um problema para nenhuma das entrevistadas. Tal realidade elimina uma das cinco razões apontadas por Lam (2012) como fatores de insucesso das empresas. Segundo essa autora, a dependência de um único fornecedor de matéria-prima leva muitas empresas a fecharem as portas. No caso das artesãs de Tiradentes-MG constatou-se que elas recorrem geralmente às cidades vizinhas como Barbacena, São João del-Rei, Juiz de Fora, Carandaí e Belo Horizonte, atraídas pela diversidade de materiais e preço mais acessível. De acordo com as entrevistadas, elas não têm dificuldade de acesso a esses centros urbanos, portanto, a falta de materiais raramente acontece.

Quanto as dificuldades enfrentadas pelas artesãs ao decidirem abrir seu próprio negócio, as seis entrevistadas declararam que o principal dificultador nessa ocasião foi referente a obtenção dos recursos necessários, como capital. Cinco delas disseram ainda que conquistar o público também não foi uma tarefa fácil. Diante das dificuldades apontadas pelas entrevistadas pode-se concordar em parte com os obstáculos apontados pelo SEBRAE (2016) como dificultadores na hora de abrir o próprio negócio. Segundo ele, a falta de recursos financeiros é um dos problemas mais comuns enfrentados pelos empreendedores que optam por ter sua própria empresa. Confirmando assim, a principal dificuldade apontada pelas seis artesãs entrevistadas, já que todas se viram diante desse obstáculo quando decidiram

empreender. Apesar disso, diante de outra perspectiva o SEBRAE (2016) aponta que a falta de apoio familiar também é um problema comum enfrentado pelos empreendedores iniciais. Todavia, se falando em família, todas as artesãs entrevistadas declararam que seus familiares as incentivaram a produzir, mesmo que duas delas tenham aprendido sozinha e não tenham no seio familiar ninguém que desenvolvesse atividade artesanal. O apoio da família é, na maioria das vezes, apenas emocional. Financeiramente, apenas uma delas teve auxílio nesse quesito.

Quando o assunto é o preconceito por ser mulher, as seis entrevistadas alegaram que não foram, em nenhum momento, discriminadas por ser empreendedora do sexo feminino. Elas acreditam que isso se deve a atividade que desenvolvem. Por ser uma atividade artesanal que depende, geralmente, da delicadeza própria do perfil feminino. A ausência de preconceito com as artesãs envolvidas na pesquisa é diferente da constatada por Marques (2016), segundo ele, as mulheres ainda enfrentam dificuldade de serem respeitadas e levadas à sério. Isso faz com que elas não tenham, na maioria das vezes, credibilidade no mercado. Contudo, o fato da atividade desenvolvida por elas ser tipicamente dependente de atributos ditos como femininos, pode ter contribuído para essa ausência de preconceito. Como citado por Pereira (1979) desde os primórdios da humanidade a figura da mulher tem sido vinculada às atividades que utilizam linha e agulha. Enquanto os homens exercem serviços que dependem de força física.

Por fim, foi perguntado ao grupo de artesãs qual conselho dariam para quem pretende abrir um empreendimento no setor do artesanato, elas prontamente disseram que é preciso muito amor e persistência. De acordo com as entrevistadas, é preciso gostar do que faz e não desistir. O reconhecimento e o retorno financeiro vêm com o tempo e, é preciso saber esperar e trabalhar muito para conquistá-los. A artesã com mais experiência foi clara, “olha, eu acho que primeiro você tem que gostar muito né?! Ter certeza de que tá fazendo com gosto, porque se você não fizer alguma coisa com prazer não vai sair bem feito, então não adianta né?!”. Durante toda a entrevista é fácil observar o amor das artesãs pela profissão, suas expressões e palavras mostram a todo momento o quanto elas se dedicam diariamente para serem boas naquilo que fazem.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo teve como objetivo principal traçar o perfil empreendedor das artesãs de Tiradentes-MG, bem como compreender suas motivações e as dificuldades encontradas por elas ao longo da atividade empreendedora. O artesanato é uma das principais atividades

econômicas desenvolvidas na cidade supracitada e, além de ser fonte de renda para população, traduz a cultura local.

Em consequência do estudo de caso feito com seis artesãs tiradentinas, observou-se que o perfil de entrevistadas se compõe, basicamente, por mulheres casadas e com filhos, numa faixa etária média de 50 anos e que cursaram parte do ensino fundamental. O início da atividade empreendedora aconteceu por volta dos 15 anos e mesmo enfrentando dificuldades, ligadas a obtenção de capital e a busca pela conquista de público, desenvolvem trabalho artesanal há pelo menos quatro anos.

Pode-se perceber que o objetivo de complementar a renda familiar aliada ao amor pela profissão são dois dos fatores que incentivam as artesãs em seu dia-a-dia empreendedor. Mesmo que não enfrentem diretamente preconceitos por serem mulheres que empreendem, elas precisam de muita persistência para permanecerem dentro do mercado artesanal.

Através da entrevista realizada pode-se notar o quanto o ambiente social, econômico e cultural influencia no surgimento de negócios ligados ao ramo artesanal. A cidade de Tiradentes-MG recebe durante todo ano, turistas vindos dos mais diversos lugares do país e do mundo, atraídos pelo patrimônio histórico, gastronomia e artesanato local. Sendo assim, o município em questão, geralmente, estimula empreendimentos ligados a esses segmentos de mercado. Assim, as artesãs viram a chance de ingressar dentro do mercado artesão e desenvolver uma atividade que lhe dessem tanto retorno financeiro quando satisfação pessoal.

Observou-se também por meio dessa pesquisa que as artesãs com mais idade tendem a desenvolver atividades ligadas a agulha e linha. Isso retrata a realidade de tempos atrás onde a figura de uma determinada mulher era construída a partir da percepção do quanto ela era “boa” em cuidar da casa e dos filhos e desenvolver atividades manuais, como costura, por exemplo. Pereira (1979) mostra em seus estudos essa percepção histórica, enquanto as mulheres se encarregavam de funções ligadas a tecelaria, os homens exerciam atividades que exigiam força bruta. Com base nesse cenário, percebe-se que isso justifica a ausência de preconceito relatada pelas artesãs entrevistadas. O fato de exercerem uma profissão tradicionalmente feminina não gera nenhum “estranhamento” por parte de outras pessoas.

Verificou-se ainda o quanto o papel da família é importante para as artesãs que decidiram empreender. Por mais que financeiramente não tenham apoio de seus familiares, elas contam tanto com auxílio técnico quando emocional por parte deles. Ao longo de todas as

entrevistas percebe-se a simplicidade das artesãs, a todo momento elas deixam transparecer o amor que tem pela profissão. Esse amor traduz o orgulho delas em exercer uma profissão que, na maioria das vezes, sempre esteve presente dentro do seio familiar.

Enfim, por se tratar de um grupo de entrevistadas relativamente pequeno não se pode generalizar os resultados. Para melhor retratar o perfil empreendedor das artesãs de Tiradentes-MG seria interessante propor a realização de uma nova entrevista, com um número maior de entrevistadas. Dessa forma, os dados serão mais precisos, passíveis de generalização, aproximando-se mais com a realidade dessas profissionais. Portanto, sugere-se, para futuras pesquisas um maior aprofundamento desse tema, aumentando a quantidade de artesãs locais entrevistadas.

REFERÊNCIAS

- ARCHER, E. R. **O mito da motivação**. In: BERGAMINI, C., CODA; R. (Org.). *Psicodinâmica da vida organizacional – Motivação e liderança*. 2ª. ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- BARNETT, R.C. Prefácio: Mulheres e trabalho: de onde estamos, de onde viemos e para onde vamos? **Jornal de Assuntos Sociais**, v.60, n.4, dez., 2004.
- BARROS,A.;PEREIRA, C. Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica. **Revista de Administração Contemporânea**, v.12, n.4, out./dez., 2008.
- CARVALHO, A. P. de. **Os empreendedores da Nova Era**. São Paulo: Editora Atlas, 1996.
- CAVALCANTI, M; GOMES, E. **Inteligência empresarial: um novo modelo de gestão para a nova economia**. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/prod/v10n2/v10n2a05>. Acesso em: 31 ago. 2019.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor**. 2ª. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.
- CUCHE, D. *A Noção de Cultura nas Ciências Sociais*. Bauru: EDUSC, 1999.
- DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**. 6ª. ed. São Paulo: Cultura, 1999.
- DORNELAS, J.C. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 1ª. ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2001.
- DORNELAS, J. C. **Empreendedorismo corporativo**. 2ª. ed. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2008.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. 2ª. ed. São Paulo: Editora Pioneira, 1987.
- GARAVAN, T. N.; O' CINNEIDE, B. **Entrepreneurship education and training programmes: a review and evaluation part 1**. *Journal of European Industrial Training*, v. 18, n. 8, 1994.
- GEM. **Empreendedorismo no Brasil. 2005 – Relatório Executivo**. Curitiba, IBQP, 2006. Disponível em: <http://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2016/09/Empreendedorismo-no-Brasil-2005-Relat%C3%83%C2%B3rio.pdf>. Acesso em: 31 ago. 2019.
- GEM. **Empreendedorismo no Brasil: 2010**. Curitiba, IBQP, 2010. Disponível em: https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/livro_gem_2010.pdf. Acesso em: 02 set. 2019.
- GEM. **Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo 2017**. Paraná: IBQP, 2017. Disponível em: https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relatório%20Executivo%20BRASIL_web.pdf. Acesso em: 16 abr. 2019.
- GEM. **Empreendedorismo no Brasil - Relatório Executivo 2018**. Paraná: IBQP, 2018. Disponível em:

https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/44571/1551466386GEM_2018.pdf. Acesso em: 02 set. 2019.

GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5ª. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

IBGE: **Demografia das empresas e estatísticas de empreendedorismo**. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101612.pdf>. Acesso em: 25 out 2019.

IBGE: **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio contínua (PNADc)**. Disponível em: <http://www.fazenda.gov.br/centrais-de-conteudos/publicacoes/conjuntura-economica/emprego-e-renda/2018/ie-pnadc-novembro-2018.pdf>. Acesso em: 24 out 2019.

KERGOAT, Prisca et al. Ofício, profissão, “bico”. In: HITATA, Helena et al. (Org.). **Dicionário crítico do feminismo**. São Paulo: Editora UNESP, 2009.

LAKATOS, E. M; MARCONI, M.A. **Metodologia científica: ciência e conhecimento científico, métodos científicos, teoria, hipóteses e variáveis**. 5ª. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 7ª. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LAM, Camila; ZUINI, Priscila. O perfil do microempreendedor brasileiro. **Revista Exame**, São Paulo, ago. 2012. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/pme/noticias/o-perfil-do-microempreendedor-brasileiro> Acesso em: 25 out 2019.

LAMBRANHO, L. Empreendedor ou virador. **Revista Empreendedor**, v. 09, n. 109, nov., 2003.

LEITE, E. F. **O fenômeno do empreendedorismo: criando riquezas**. 3ª. ed. Recife: Editora Bagaço, 2002.

LEZANA, A. G. R. **Fundamentos do empreendedorismo**. Florianópolis: UFSC/PPGEP. Proferido em aula, out., 2004.

MARQUES, J. R. **Quais os principais desafios das mulheres empreendedoras?** Blog do JRM, 2016. Disponível em: <https://www.jrmcoaching.com.br/blog/quais-os-principais-desafios-das-mulheres-empreendedoras/>. Acesso em 15 out. 2019.

MENEZES, R.S.S; BERTUCCI, J.L.O. “Mulher de negócios”: uma análise da representação social com base no discurso de empresárias associadas à Business Professional Women. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EOR2333.pdf>. Acesso em: 31 ago. 2019.

MOURA, F.; MELLO, T. **Do jeito delas: Histórias de mulheres empreendedoras pelo mundo**. 1ª ed. São Paulo, 2018.

MOORE, D. P.; BUTTNER, E. H. **Women Entrepreneurs**. London: Sage Publications, 1997.

OLIVEIRA, P. T. **Arranjo produtivo local: O caso do artesanato em madeira na cidade de Juazeiro do Norte – CE**. Monografia (graduação em Ciências Econômicas). Universidade Regional do Cariri – URCA, 2009.

PEREIRA, J. C. **Artesanato: definições e evolução**. Brasília: MTB, 1979.

QUENTAL, C.; WETZEL, U. **Equilíbrio Trabalho-Vida e Empreendedorismo: a Experiência das Mulheres Brasileiras**. Salvador: In: Anais do Encontro Nacional da ANPAD, 2002.

RICHARDSON, R. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3ª. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

SAFFIOTI, Heleieth. **Do artesanal ao industrial: a exploração da mulher**. São Paulo: HUCITEC, 1981.

SEBRAE: **Artesanato Brasil**. Disponível em:

[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/dfad41051c6d27627519027375a462c0/\\$File/6078.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/dfad41051c6d27627519027375a462c0/$File/6078.pdf). Acesso em: 20 mai. 2019.

SEBRAE: **Pesquisa: o artesão brasileiro**. Disponível em: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2017/04/06_-_pesquisa_-_artes_o_brasileiro.pdf. Acesso em: 12 nov. 2019.

SEBRAE: **Quais os problemas mais comuns ao iniciar um negócio?** Disponível em:

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/quais-os-problemas-mais-comuns-ao-iniciar-um-negocio,9ac2312905e27510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 15 out. 2019.

SENNETT, R. **O artífice**. 2ª. ed. Rio de Janeiro: Record, 2009.

SOUZA NETO, B. **Contribuição e elementos para um metamodelo empreendedor brasileiro: o empreendedorismo de necessidade do "virador"**. 2ª. ed. Rio de Janeiro: Editora Edgard Blücher Ltda, 2017.