



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO  
UNIDADE ACADÊMICA DE SERRA TALHADA  
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

LETÍCIA ALVES DE ALMEIDA PATRIOTA

**IDENTIFICAÇÃO DO EMPREENDEDORISMO FEMININO E DA ECONOMIA  
CRIATIVA EM SERRA TALHADA-PE: O CASO DA ASSOCIAÇÃO MARIAS  
ARTESÃS**

Serra Talhada-PE  
2022

LETÍCIA ALVES DE ALMEIDA PATRIOTA

**IDENTIFICAÇÃO DO EMPREENDEDORISMO FEMININO E DA ECONOMIA  
CRIATIVA EM SERRA TALHADA-PE: O CASO DA ASSOCIAÇÃO MARIAS  
ARTESÃS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Administração da Unidade Acadêmica de Serra Talhada da Universidade Federal Rural de Pernambuco como parte dos requisitos para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

**Orientador:** Prof. Dr. Walber Santos Baptista

Serra Talhada-PE

2022

## **IDENTIFICAÇÃO DO EMPREENDEDORISMO FEMININO E DA ECONOMIA CRIATIVA EM SERRA TALHADA-PE: O CASO DA ASSOCIAÇÃO MARIAS ARTESÃS**

Letícia Alves de Almeida Patriota  
[leticiapatriotaa@gmail.com](mailto:leticiapatriotaa@gmail.com)  
Universidade Federal Rural de Pernambuco,  
Unidade Acadêmica de Serra Talhada,  
Curso de Bacharelado em Administração

Walber Santos Baptista  
[walber.baptista@ufrpe.br](mailto:walber.baptista@ufrpe.br)  
Universidade Federal Rural de Pernambuco,  
Unidade Acadêmica de Serra Talhada,  
Curso de Bacharelado em Administração

### **RESUMO**

O objetivo deste artigo é identificar o Empreendedorismo Feminino e a Economia Criativa na cidade de Serra Talhada-PE, tendo como base um estudo realizado na ‘Associação ‘Maria’s Artesãs’. Para tal, o referencial teórico pesquisado foi dividido entre os seguintes temas: 1) Perspectiva do Empreendedorismo e do Empreendedor; 2) Perspectiva do Empreendedorismo Feminino; 3) Microempreendedor Individual (MEI); e 4) Criatividade e Economia Criativa. A metodologia teve uma abordagem de pesquisa mista (quali. / quanti.), do tipo explicativa. Os métodos utilizados foram um estudo de caso (sobre a ‘Associação Maria’s Artesãs’), uma entrevista semiestruturada, uma aplicação de questionários/*survey* com as participantes e um método estatístico descritivo. Os materiais usados foram questionário/*survey*, google forms, excel, artigos, livros, teses e diversos web sites. Foram discutidas neste trabalho as principais motivações para o empreendedorismo através da confecção de produtos artesanais. Os resultados obtidos possuem grande importância para entender os fatores condicionantes que levaram essas mulheres a empreender por meio do artesanato, que é definido com uma das tipologias da Economia Criativa.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo Feminino. Economia Criativa. Artesanato.

## ABSTRACT

The objective of this article is to identify Female Entrepreneurship and Creative Economy in the city of Serra Talhada-PE, based on a study carried out at the 'Maria's Artesãs Association'. To this end, the theoretical framework researched was allocated among the following themes: 1) Perspective on Entrepreneurship and the Entrepreneur; 2) Perspective of Female Entrepreneurship; 3) Individual Microentrepreneur (MEI); and 4) Creativity and Creative Economy. The methodology had a mixed research approach (quali. /quanti.), of the explanatory type. The methods used were a case study (about the 'Maria's Artesãs Association'), an interview, a semi-structured study application/survey with the participants and a descriptive statistical method. The materials used were books/research, google forms, excel, articles, theses, and various websites. Entrepreneurship was proposed as the main professionals through the making of artisanal products. The results obtained are of great importance to understand the conditioning factors that led these women to undertake through handicraft, which is defined as one of the typologies of the Creative Economy.

**Keywords:** Female Entrepreneurship. Creative Economy. Handicrafts.

## 1 INTRODUÇÃO

É de vasto conhecimento que as mulheres vêm conquistando cada vez mais espaço no mercado de trabalho e buscando tornarem-se donas do seu próprio negócio. O empreendedorismo feminino prenuncia a independência da mulher nos negócios, a inclusão social e a expectativa de uma vida melhor. Segundo o relatório da Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2021), o empreendedorismo feminino é, de fato, necessário para o crescimento econômico dos países em desenvolvimento e, reafirmando o pensamento de Dolabela (2006, p. 30), que diz que empreendedor é o responsável pelo crescimento econômico e pelo desenvolvimento social. Por meio da inovação, dinamiza a economia.

Em muitos casos, as pessoas necessitam de motivação para tomar iniciativas empreendedoras, e tais ações dependem de motivos e necessidades internas de cada um (CHIAVENATO, 2007). As mulheres, principalmente, buscam o empreendedorismo feminino motivadas pela vontade de complementar a renda familiar ou pela falta de oportunidade. Em virtude disso, muitas ainda trabalham de forma informal, sem possuir o registro de Microempreendedor Individual (MEI), categoria criada em 2008, com a intenção de formalizar e reconhecer pequenos empreendedores, além de oferecer várias vantagens, como, por exemplo,

aposentadoria por idade, auxílios e facilidade para crédito (BRASIL, 2008).

Em conjunto com o empreendedorismo, o que ganhou destaque foi a economia criativa, um novo conceito que busca a inovação através da criatividade. Esse modelo está se apresenta em diversas formas e abrange muitos espaços, principalmente pela capacidade de transformação do meio. Ademais, a criatividade está diretamente ligada à economia solidária, pois tem papel fundamental na preservação do meio ambiente, visto que muitos insumos são reciclados e transformados em outros produtos reutilizáveis (PRETO; FIALHO; FIGUEIREDO, 2012).

Diante do contexto supracitado, o objetivo deste artigo é identificar os motivos que levaram as vinte e seis mulheres da Associação Marias Artesãs à empreender, além de levantar dados sobre o tipo de economia criativa que elas produzem, bem como dar-lhes visibilidade e entender o impacto que o empreendimento causa na vida pessoal e econômica de todas, incentivando outras mulheres a buscarem sua independência por intermédio da criatividade que, de forma simples, pode mudar positivamente suas realidades.

O presente artigo está ordenado em cinco Seções, de forma que a primeira seção traz a Introdução, a segunda, a Revisão de Literatura, a terceira fala sobre os Procedimentos Metodológicos, enquanto a quarta expõe as Discussões e os Resultados da pesquisa, a quinta evidencia as Considerações Finais e, por fim, a sexta e última seção apresenta as Referências.

## **2 REVISÃO DA LITERATURA**

### **2.1 Perspectiva do Empreendedorismo e do Empreendedor**

O termo empreendedor, que teve origem no século XVI, advém da palavra francesa *entrepreneur*. É caracterizado pelo indivíduo resiliente, que assume risco e consegue adaptar-se a eles para obter êxito (DEGEN, 1989). O indivíduo empreendedor tem um papel importante na contribuição econômica e do desenvolvimento dos países. Se faz importante mencionar que o espírito empreendedor pode surgir em qualquer indivíduo, sem distinção de gênero ou classe social, pois empreendedores são pessoas motivadas, que conseguem enxergar oportunidades e tomar atitudes assertivas, além de possuir uma visão que detecta oportunidades, inicia e assume riscos (DORNELAS, 2008).

No que se refere aos conceitos e características do empreendedor, pode-se observar alguns aspectos: 1) pessoas com atitudes para criar um empreendimento; 2) tem criatividade para iniciar com os métodos possíveis no momento; e 3) assume riscos e está ciente das consequências (DORNELAS, 2008). Para (HISRIC; PETERS, 2004) o valor que o

empreendedor gera na sociedade vai muito além do poder aquisitivo capitalista, chegando a reconstruir e modificar a base do empreendimento e da sociedade em geral.

O empreendedorismo começou a ganhar força no Brasil na Década de 90, impulsionado pela crise econômica da época. Muitos perderam seus empregos, mas ainda que sem experiência e sob a informalidade, sentiram a necessidade de abrir seus próprios empreendimentos. Para facilitar e incentivar este novo modelo, foram criados órgãos de apoio como a Sociedade Brasileira para Exportação de *Software* (SOFTEX) e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) (DORNELAS, 2008).

Para Schumpeter (1988), o conceito de empreendedorismo está ligado à ‘Destruição Criadora’, na qual produtos e serviços já existentes sofrem mudanças e são reformulados e substituídos. Já para Barreto (1998), corresponde à capacidade de desenvolver uma empresa praticamente do zero. Dolabela (2010) entende que é o processo pelo qual os desejos e sonhos são transformados em realidade e capital.

Em relação aos tipos de empreendedorismo, eles podem ser classificados em dois: necessidade e oportunidade. No empreendedorismo por necessidade, inicia-se por falta de outras possibilidades, já o empreendedorismo por oportunidade acontece quando o indivíduo percebe a possibilidade de um negócio com retorno financeiro positivo, (LEITE; OLIVEIRA, 2007).

## **2.2 Perspectiva do Empreendedorismo Feminino**

Por muito tempo a mulher viveu em uma sociedade com costumes diferentes, na qual seu papel limitava-se à cuidar da casa e dos filhos, enquanto o homem era detentor dos trabalhos fora de casa. No entanto, essa realidade sofreu mudanças com o passar do tempo e teve forte influência após a Revolução Industrial, quando a mulher passou a trabalhar fora (DIAS, 1997). No Brasil, os principais dados sobre o ‘Empreendedorismo Feminino’ são apresentados pela GEM (2021), com incentivo do SEBRAE.

Para Gomes (2006), embora as mulheres ainda encontram dificuldades para se estabelecer em cargos de chefia, elas conseguiram uma forma de contornar a situação e conquistar seu espaço no mercado, com a abertura de suas empresas. A forma como a figura feminina enfrenta e lida com as situações é um diferencial em relação a gestão dos homens, pois a mulher consegue agir com paciência, é flexível, tem sensibilidade e inúmeras outras habilidades que são levadas em consideração (VILLAS BOAS, 2010). No entanto, o papel da mulher é tão importante quanto a do homem e ambos têm relevância para o

desenvolvimento da economia do país, além de fortalecer o sentimento de motivação, oportunidade e reconhecimento. Portanto, a participação assídua do gênero feminino traz maior segurança à mulher, possibilitando a ocupação no mercado de trabalho, (SILVA *apud* MICOZZI; LUCARELLI, 2016).

Muitas questões são levadas em consideração para entender os motivos que levam as mulheres a empreender. Para Gomes, Santana e Araújo (2009) a autonomia na flexibilidade de horários é imprescindível, pois conseguirão conciliar as atividades como empreendedoras e as tarefas como mães, esposas, mulheres e donas de lar. Sabe-se que a mulher ainda enfrenta dificuldades para se estabelecer no mercado, porém a resiliência feminina é uma característica fortemente encontrada nos empreendimentos. As mulheres possuem uma forma diferente de liderar, geralmente são mais propícias a trocar informações com outras pessoas visando solucionar possíveis problemas, tem carisma e estão abertas ao diálogo, a dividir experiências e buscam incluir todos ao seu redor, (ROBBINS *apud* GRZYBOVSKI; BOSCARIN; MIGOTT, 2002).

Em relação ao tipo de empreendimento escolhido, existem inúmeras áreas exploradas por mulheres, sem rotulação. Porém, o negócio pode ser iniciado a partir de uma atividade rotineira que pode ser considerada como um *hobbie*, algo que faz parte do seu cotidiano. Então, trabalhar com algo que gosta e tem intimidade aumenta as chances de sucesso (DEGEN, 1989).

### **2.3 Microempreendedor Individual (MEI)**

A categoria do Microempreendedor Individual (MEI), foi inserida no mercado pela Lei Complementar nº 128 de 19 de dezembro 2008, que foi estabelecida pelo Governo Federal, com a finalidade de formalizar pequenos e microempreendedores que trabalhavam na informalidade, (BRASIL, 2008).

Segundo Brasil (2008), a Lei Complementar dispõe de planos para que o empreendedor possa trabalhar de forma legalizada, assegurados por todas as vantagens e condições oferecidas. É um processo fácil e gratuito, sem muita burocracia, em que o microempreendedor terá seguridade social, menores cargas tributárias, facilidade para o crédito e poderá participar de licitações. O MEI é considerado o indivíduo que tem um empreendimento próprio e que não fatura mais de R\$ 81.000,00 (oitenta e um mil reais) anualmente; não pode ser sócio em outra empresa ou ter qualquer vínculo como chefia

(BRASIL, *s.d.*; SEBRAE, 2021). Além disso, o microempreendedor só pode contratar um colaborador, que deverá receber o salário mínimo vigente.

Para realizar a inscrição no MEI, o indivíduo pode procurar um escritório de contabilidade pelo Simples Nacional, o órgão do SEBRAE ou optar por fazer via Internet, pelo Portal do Empreendedor. Imediatamente é possível gerar seu Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), além do alvará de funcionamento provisório de 180 dias. Após este prazo, se nada for julgado irregular, o cadastro torna-se definitivo (BRASIL, *s.d.*).

Posteriormente, a adesão ao MEI, de acordo com os regulamentos no Portal do Empreendedor, o microempreendedor tem acesso a vantagens como pessoa jurídica. Entre elas estão: aposentadoria por idade, aposentadoria por invalidez, auxílio doença, salário maternidade, entre outros. Em relação ao setor tributário, o MEI está inserido no Simples Nacional, dessa forma fica isento de pagar vários tributos federais. No entanto, contribui mensalmente com um valor fixo, que equivale a 5% do salário mínimo pago pelo INSS, (BRASIL, *s.d.*).

## **2.4 Criatividade e Economia Criativa**

Para Batista (2009, *apud* BAPTISTA, 2019) a criatividade está relacionada à “ideia”, que surge antes de tudo e, a partir disso, o indivíduo com espírito empreendedor pode ter a iniciativa de colocá-la em prática. De acordo Predebon (2010, *apud* BAPTISTA, 2019) a criatividade pode ser entendida como a forma individual que cada pessoa tem de desenvolver pensamentos e criar algo novo. Surge de maneira espontânea e é uma característica que todos possuem, porém algumas pessoas conseguem criar ideias, produtos ou serviços que podem gerar impacto e ter relevância.

No entanto, a criatividade nem sempre será considerada uma atividade voltada ao cenário econômico, de acordo com Howkins (2013). Ainda segundo o autor, a economia criativa é a junção de ideia e informação, que leva cada indivíduo (particularmente) a transformar em criatividade.

Para Osho (1999), o despertar para mentes criativas está diretamente relacionado à educação, visto que o conhecimento estimula o interesse em diversas áreas importantes, como no âmbito social, cultural e universal. Dessa forma, capacitar o indivíduo intelectualmente formará profissionais com maior probabilidade de ideias criativas. O estudo, sobre o que seria a ‘Economia Criativa’ e qual o seu impacto no desenvolvimento do mercado, é recente e obteve mais frequência a partir do ano 2000, com forte influência da globalização (MADEIRA,

2014). O conceito sobre esse novo estilo de economia é amplo, não pode ser rotulado como algo concreto, pois está relacionado com a criatividade do indivíduo.

A Economia Criativa abrange tudo que envolva a criatividade e inovação, desde modelos mais simples até os mais tecnológicos. É um processo que sofre mudança e adapta-se ao tempo, de acordo com Santos e Vieira (2014). Está diretamente ligada com a inovação, pois busca-se aumentar a produtividade através de projetos criativos. Sofre forte influência de aspectos culturais e sociais, que abre caminhos para o desenvolvimento da sociedade econômica, como a geração de empregos (MADEIRA, 2014). Um termo que vem ganhando bastante destaque são as chamadas "Indústrias Criativas", que tem grande potencial nas atividades econômicas. Podem ser desenvolvidas em vários segmentos, abrangendo espaços como a moda, *software*, televisão, dança, arte, música, arquitetura, artesanato, entre outros.

A Conferência de Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCAD) dividiu essa categoria nos seguintes grupos: Patrimônio, Artes, Mídia e Criações Funcionais (BRASIL, 2012). Tratando-se do patrimônio, faz referência a criatividade da alma, arte e da cultura. É nesse contexto que se encaixa o artesanato, dentro das expressões culturais tradicionais (BRASIL, 2012).

No que diz respeito ao artesanato, é uma das tipologias da economia criativa e enfoque do presente artigo, pode-se afirmar que tem grande impacto na economia e na vida das pessoas que produzem no Brasil (HOWKINS, 2013). Fazendo uma retrospectiva da introdução do artesanato como atividade econômica, inicialmente era relacionado ao trabalho escravo e, por isso, recebia um olhar inferior. Entretanto, com o passar do tempo e com a chegada da sustentabilidade, esse produtivo criativo ganhou força e visibilidade (MADEIRA, 2014).

Atualmente, no Brasil, existem vários órgãos de apoio aos artesãos, como o Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro (SICAB), que foi criado com o intuito de desenvolver e assegurar políticas públicas para a classe, além de levantar dados sobre o crescimento da economia criativa e acompanhar seus resultados. Ademais, este sistema oferece a Carteira Nacional do Artesão (BRASIL, 2019; 2022).

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Este artigo buscou identificar o 'Empreendedorismo Feminino e a Economia Criativa' na Cidade de Serra Talhada-PE, através do estudo de caso na 'Associação Maria's Artesãs'. Esta pesquisa é caracterizada como mista (quali./quanti.) do tipo explicativa. Tem como foco um estudo de caso, busca avaliar minuciosamente um determinado grupo, com o intuito de

levantar hipóteses, visando solucionar problemas ou adquirir um conhecimento amplo sobre o assunto (GIL, 1999).

Caracteriza-se como mista (quali./quanti) porque busca levantar informações através do uso associado da abordagem qualitativa e quantitativa, onde ambas têm abordagens opostas, porém que se complementam para gerar os resultados (CRESWELL, 2010). Além disso, configura-se no tipo explicativa, pois visa o estudo aprofundado do que será abordado para conseguir explicar as razões e motivos das coisas (GIL, 1999). Em relação ao método estatístico descritivo que foi utilizado, Guimarães (2008) afirma que a análise estatística descritiva acontece quando as principais informações são encontradas através do uso de tabelas, gráficos e conjuntos numéricos. Ainda segundo o pensamento de Gil (1999), caracteriza-se como descritiva, quando busca estudar uma determinada parcela, seja um grupo de pessoas ou dados, além disso envolve várias técnicas para fazer o levantamento de dados, como o questionário/*survey*.

O presente Estudo de Caso foi realizado com as mulheres que fazem parte da Associação Marias Artesãs, localizada na Cidade de Serra Talhada-PE, a qual possui uma população estimada em 87.467 habitantes, segundo pesquisa do IBGE (2021). Para levantar os dados sobre este grupo de mulheres empreendedoras, foi realizada uma entrevista semiestruturada com a aplicação de um questionário (*Survey*) com 14 perguntas, sendo 3 subjetivas e 11 objetivas.

As perguntas foram elaboradas com base nas informações necessárias para identificar os objetivos do presente artigo. Para viabilizar a melhor forma de cada participante responder, foi enviado o link do questionário pelo *WhatsApp* para aquelas que preferiram responder *online*, e, para as demais, de forma presencial. Preferencialmente, o intuito era que todas as vinte de seis mulheres da associação respondessem, no entanto, tivemos resposta de vinte e três.

O primeiro contato com o ‘Grupo das Marias Artesãs’ aconteceu no dia 18 de agosto de 2022, no qual foi discutido como seria a realização da pesquisa e qual era a relevância e finalidade do estudo. Posteriormente, o questionário ficou disponível do dia 19 de agosto a 18 de setembro de 2022. Como método para extrair as informações, o questionário foi realizado na plataforma do *Google Forms* que, além de gratuita, transforma as informações em gráficos e tabelas. Para melhor analisar os dados estatísticos descritivos, fez-se uso do Excel para transformação de algumas informações em percentuais (%). Após verificar a análise desses dados, foi possível identificar as questões básicas sobre o perfil empreendedore qual tipo de produto/artesanato é confeccionado pelas ‘Maria’ s Artesãs’.

## 4 DISCUSSÕES E RESULTADOS

### 4.1 Discussões

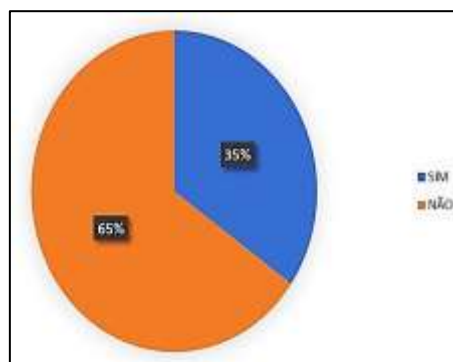
A ‘Associação Maria’s Artesãs’ foi fundada em 25 de julho de 2014, a partir do Projeto Artesãs Empreendedoras, que foi realizado no ano de 2013 e teve uma duração de 9 meses. Este projeto foi realizado pela Secretaria da Mulher de Pernambuco, em parceria com a Secretaria da Mulher da Cidade de Serra Talhada-PE e serviu de incentivo para que o grupo surgisse. A associação é coordenada pela Presidente e sua vice, Secretária e Tesoureira.

O nome ‘Maria’s’ foi escolhido em virtude da quantidade expressiva de associadas terem o nome de Maria. A associação está situada na Estação do forró, onde possui uma sala para que as artesãs possam expor seus artesanatos e se reunirem. As exposições, desses trabalhos, acontecem em eventos, feiras e em suas próprias casas. Almeja-se a valorização e visibilidade para o grupo, visto que confeccionam artesanatos únicos, apresentam alta qualidade, e retratam traços da cultura regional. Ademais, é a esperança do reconhecimento, da renda e independência financeira para essas mulheres.

### 4.2 Resultados Obtidos

A partir dos dados extraídos do questionário (*Survey*), comprova-se que das 23 mulheres da Associação que participaram da pesquisa, 8 (34,8%) são formalizadas no MEI, enquanto 15 (65,2%) ainda continuam na informalidade. Nota-se, portanto, a necessidade de entender o porquê de tantas mulheres ainda não buscarem a formalidade, visto que teriam mais garantias e oportunidades. O percentual desses dados é relatado no Gráfico 01, abaixo:

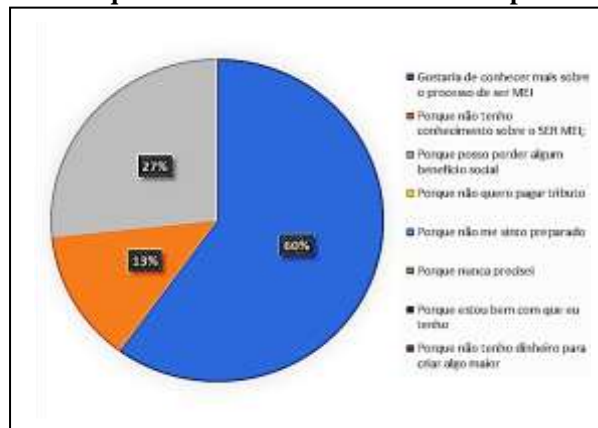
**Gráfico 01: Porcentagem das Mulheres Formalizadas como MEI**



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Os motivos que implicam na formalização com MEI foram escolhidos entre três alternativas mais votadas, onde das 15 mulheres que não são formalizadas no MEI, 9 (60%) responderam que gostariam de conhecer mais sobre o processo de ser MEI; 4 (27%) mulheres disseram que não são formalizadas porque podem perder algum benefício social e 2 (13%) justificaram não ter conhecimento sobre ser MEI. Isto é, ainda falta informação e incentivo para que essas mulheres entendam sobre o que, de fato, é ser MEI e, após esse entendimento, sintam confiança e tenham interesse em buscar a formalização. Demonstração no Gráfico 02:

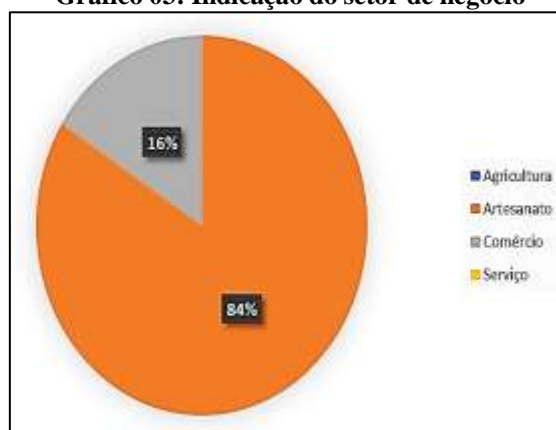
**Gráfico 02: Motivos que Justificam a Falta de Iniciativa para Buscar a Formalização**



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Em relação ao setor de negócio, das 23 participantes, 21 (84%) estão no artesanato, enquanto 4 (16%) afirmam estar no comércio e artesanato. Isto explica-se diante da maioria trabalhar apenas com arte. Como mostra no Gráfico 03:

**Gráfico 03: Indicação do setor de negócio**

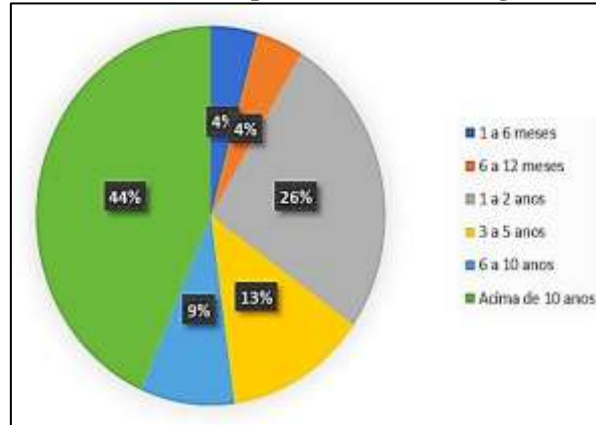


Fonte: Dados da pesquisa (2022)

O tempo de existência do negócio teve uma considerável oscilação, variando muito entre todas as mulheres. Uma mulher 1 (4%) encontra-se com o negócio recente de 1 a 6 meses;

1(4%) com 1 a 12 meses; dessas 6 (26%) mulheres têm de 1 a 2 anos; de 3 a 5 anos equivale a 3 (9%); e com o negócio acima de 10 anos são maioria, com 10 (44%) das mulheres. Como podemos visualizar no Gráfico 04:

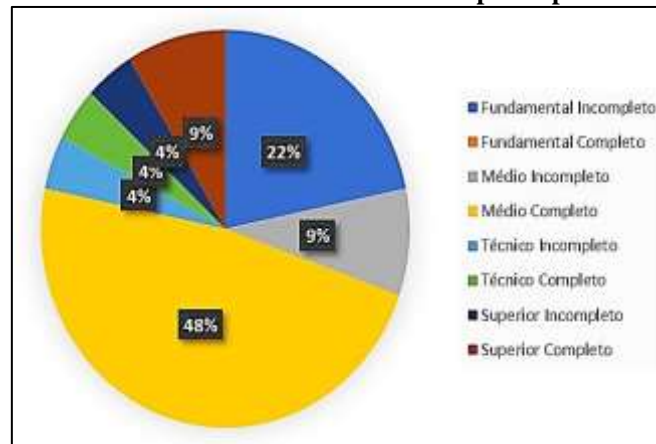
**Gráfico 04: Tempo de existência do negócio**



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

A respeito do grau de escolaridade das entrevistadas, 5 (22%) delas têm o ensino fundamental incompleto; não houve resultados para o fundamental completo; na escolaridade de ensino médio incompleto 2 (9%) afirmam não ter concluído; enquanto 11 (48%) concluíram o ensino médio completo; 1 (4%) técnico incompleto e 1 (4%) tem o técnico completo; 1 (4%) superior incompleto e 2 (9%) das mulheres têm o superior completo. Nãofoi questionada a área de formação das concluintes do técnico e superior completo. Conforme percentual apresentado no Gráfico 05:

**Gráfico 05: Nível de escolaridade das participantes.**



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Em relação a segmentação de artesanato produzido por as mulheres da Associação Marias Artesãs, foi possível constatar que alguns tipos de artesanato tem maior destaque entre

os demais de acordo com as alternativas mais escolhidas: artes em crochê que é produzido por 7 (13,21%) mulheres; objetos de decoração desenvolvido por 10 (18,87%) delas; artes em plástico 2 (3,77%); artes em reciclados 4 (7,55%); artes em tecidos 9 (16,98%); artes em vidro produzido por 6 (11,32%); bonecas de pano 2 (3,77%) e os demais tipos de artes são produzidos em menor escalas tendo apenas 1,89%. Como pode-se analisar na Tabela 01:

**Tabela 01 – Tipos de Artesanato Produzidos**

<b>TIPOS DE ARTESANATO</b>	<b>Q</b>	<b>%</b>
Artes em objetos de decoração	10	18,87
Artes em tecidos	9	16,98
Artes em crochê	7	13,21
Artes em vidro	6	11,32
Artes em pintura	4	7,55
Artes em reciclados	4	7,55
Artes em plásticos	2	3,77
Bonecas de pano	2	3,77
Artes em biscuit	1	1,89
Artes em gesso	1	1,89
Artes em madeira	1	1,89
Artes em metais	1	1,89
Artes em palha	1	1,89
Artes em palito de picolé	1	1,89
Bijuterias em geral	1	1,89
Licores e outras bebidas	1	1,89
Macramê	1	1,89
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Ademais, foi possível identificar os motivos pelos quais essas mulheres resolveram iniciar a produção do artesanato como fonte de renda. Como pode-se acompanhar na Tabela 02:

**Tabela 02 – Justificações sobre os fatores para produzir o artesanato**

<b>MOTIVOS</b>	<b>Q</b>	<b>%</b>
Por que tenho habilidades manuais	17	73,9
Porque sou muito criativa	9	39,1
Quis ter o próprio negócio	6	26,1
Dificuldade de encontrar emprego	4	16,4
Quis participar da Associação	4	17,4
Quis abrir algo na área de uma habilidade específica	2	8,7
Para ter oportunidade de ter crédito subsidiado pelo BNB	0	0,0
Outros	0	0,0
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Nota-se, portanto, que são inúmeros os motivos que levaram as mulheres dessa associação a despertar o interesse por empreender como artesãs. Com base nisso, é possível destacar que as habilidades manuais têm maior predominância, com 17 (73,9%) das afirmações,



uma das tipologias da Economia Criativa. A presente pesquisa teve como foco identificar o Empreendedorismo Feminino e Economia Criativa, tendo como base o estudo de caso da Associação ‘Maria’s Artesãs’. Nesse sentido, teve como objetivos específicos levantar dados sobre os tipos de artesanatos (Economia Criativa) que são produzidos por elas e dar visibilidade ao grupo através dos resultados da pesquisa. Enfatizar a importância de valorização desse trabalho tão rico que é feito, mas que ainda não tem a valorização merecida.

Ao analisar as implicações para ser realizada a pesquisa, salienta-se a dificuldade para entrevistar todas as mulheres que fazem parte da associação, visto que três delas não participaram do questionário. Portanto, não puderam contribuir à pesquisa. A partir do estudo feito, sugere-se que novas pesquisas sejam incentivadas sobre o assunto, tendo como foco outras cidades para comparar e entender quais métodos podem ser utilizados para ampliar e assegurar que o artesanato continue ultrapassando gerações.

Com base nos resultados da pesquisa, nota-se que são mulheres que trabalham com mais de um tipo de artesanato, têm grau de escolaridade iniciado ou concluído e buscam obter renda através do artesanato. Existem vários outros fatores importantes a serem avaliados sobre o empreendedorismo feminino dessa classe, através de métodos mais específicos. É importante que novos estudos tenham continuidade para entender outros fatores condicionantes.

Espera-se que o estudo possa nortear a visão daqueles que desconhecem o artesanato como fonte principal de renda para muitas mulheres, principalmente, os órgãos públicos da cidade de Serra Talhada-PE. Presume-se a inclusão da Associação Marias Artesãs como prioridade para campanhas de incentivo e visibilidade, tendo em vista o impacto positivo que causaria a esse grupo de mulheres artesãs e até na cidade.

## REFERÊNCIAS

BAPTISTA, W. S. **Módulo 01 – Noções de ideia e criatividade**. Serra Talhada, 2019. (*Mimeo* – Slides do PPT – Conteúdo da Disciplina Gestão da Inovação).

BARRETO, L. P. Educação para o empreendedorismo. **Educação Brasileira**, v. 20, n.41, 1998, p.189-197. Disponível em: <<https://drive.google.com/file/d/1tXKQM-M4ALR4VdQK0H3qYLTxzP6BtfhH/view>>. Acesso em: 25 set. 2022.

BRASIL. (Gov.). Ministério da Cultura. **Relatório de economia criativa 2010**: economia criativa uma opção de desenvolvimento. Brasília: Secretaria da Economia Criativa; São Paulo: Itaú Cultural, 2012. Disponível em:

<<chrome-extension://efaidnbmninnibpcajpcglclefindmkaj/https://unctad.org/system/>

files/official-document/ditctab20103\_pt.pdf>. Acesso em: 25 set. 2022.

\_\_\_\_\_. Ministério da Economia. Secretaria Especial de Produtividade, Emprego e Competitividade. Empresas & Negócios. **Programa do Artesanato Brasileiro**. Manual do Usuário. Portal do Artesanato Brasileiro: Cadastro Único dos Artesãos do Brasil. Versão1, dez. 2019. Disponível em:

<chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/artesanato/cadastro-1/manual-pre-cadastro.pdf>. Acesso em: 25 set. 2022.

\_\_\_\_\_. Ministério da Economia. Secretaria Especial de Produtividade, Emprego e Competitividade. **Portal do Artesanato Brasileiro**: Cadastro Único dos Artesãos do Brasil. [Brasília], 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/artesanato/cadastro-1>. Acesso em: 25 set. 2022.

\_\_\_\_\_. Ministério da Economia. Secretaria Especial de Produtividade, Emprego e Competitividade. **Portal do Empreendedor**. [Brasília], [s.d.]. Disponível em:

<https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/quero-ser-mei/o-que-voce-precisa-saber-antes-de-se-tornar-um-mei>. Acesso em: 22 set. 2022.

\_\_\_\_\_. Presidência da República. Casa Civil. **Lei complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008**. Altera a Lei Complementar no 123, de 14 de dezembro de 2006, altera as Leis nos 8.212, de 24 de julho de 1991, 8.213, de 24 de julho de 1991, 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – Código Civil, 8.029, de 12 de abril de 1990, e dá outras providências. Brasília: DOU, 22 dez. 2008. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil\_03/leis/lcp/lcp128.htm>. Acesso em: 19 ago. 2022.

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

CRESWELL, J.W. **Projeto de pesquisa**: Métodos qualitativo, quantitativo e misto. 3.ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

DEGEN, R. J. **O empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DIAS, M. L. **Vivendo em família**: relações de afeto e conflito. 9. ed. São Paulo: Moderna, 1997.

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

\_\_\_\_\_. **Riscos bem calculados**: o que é e o que faz o empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2010.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

- GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Research highlights significant increase in growth-oriented women entrepreneurs worldwide.** [n.l.], Nov. 2021. Disponível em: <<https://www.gemconsortium.org/reports/womens-entrepreneurship>>. Acesso em: 20 set. 2022.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas da pesquisa social.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- GOMES, A. F. **Mulheres empreendedoras.** Vitória da Conquista-BA: UESB, 2006.
- \_\_\_\_\_; SANTANA, W. G. P.; ARAÚJO, U. P. Empreendedorismo feminino: o estado-da-arte. **Anais do Encontro da ANPAD.** 33. São Paulo, 2009.
- GUIMARÃES, P. R. B. **Métodos quantitativos estatísticos.** Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2008.
- GRZYBOVSKI, D.; BOSCARIN, R.; MIGOTT, A. M. B. Estilo feminino de gestão em empresas familiares gaúchas. **Revista de Administração Contemporânea.** V.6, N.2, ago. 2002. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rac/a/k8YywBkKLjd5Mhwmds69Gnk/abstract/?format=html&lang=pt>>. Acesso em: 24 set. 2022.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo.** Porto Alegre: Bookman, 2004.
- HOWKINS, John. **Economia criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas.** M.Books, 2020.
- IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades e estados: população estimada,** [Brasília], 2021. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pe/serratalhada.html>>. Acesso em: 21 set. 2022.
- LEITE, A.; OLIVEIRA, F. Empreendedorismo e novas tendências. **Estudo EDITVALUE Empresa Junior,** 5, 2007, p.1-35. Disponível em: <[http://consultoria.editvalue.com/assets/sites/55a8a0b6301be3e68f000002/content\\_entry55a8a2ce301be34700000057/55a8b6ae301be36dac000160/files/empreendedorismo-e-novas-tendencias-2007b5f4.pdf?1437122220](http://consultoria.editvalue.com/assets/sites/55a8a0b6301be3e68f000002/content_entry55a8a2ce301be34700000057/55a8b6ae301be36dac000160/files/empreendedorismo-e-novas-tendencias-2007b5f4.pdf?1437122220)>. Acesso em: 19 set. 2022.
- MADEIRA, M. G. **Economia criativa: implicações e desafios para a política externa brasileira.** Brasília: FUNAG, 2014.
- OSHO, R. **Criatividade liberando sua capacidade de invenção.** São Paulo: Cultrix, 1999.
- MICOZZI, A.; LUCARELLI, C. Heterogeneity in entrepreneurial intent: the role of gender across countries. **International Journal of Gender and Entrepreneurship.** v.8, n.2, 2016, p.173-194.
- PRETO, S. C. S.; FIALHO, F. A. P.; FIGUEIREDO, L. F. G. A importância da criatividade no trabalho artesanal dos grupos produtivos de um programa de economia solidária. **Projética**

**Revista Científica de Design**, Londrina, v.3, n.1, jul. 2012.

SANTOS, F. R.; VIEIRA, E. T. A economia criativa sob a perspectiva do desenvolvimento regional. **Alumni – Revista Discente da UNIABEU**, v. 2. n. 3, jan./jul. 2014, p.26-37.

SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo, Nova Cultura, 1988.

SEBRAE. **Abrir um CNPJ de MEI é fácil. Confira os passos**. [2021]. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-o-mei,caa7d72060589710VgnVCM100000d701210aRCRD>>. Acesso em: 15 set. 2022.

VILLAS BOAS, A. **Valor feminino: desperte a riqueza que há em você**. São Paulo: Ed. do Autor, 2010.