



# **DE ARTESÃO A EMPREENDEDOR: DA OPORTUNIDADE À NECESSIDADE. PESQUISA REALIZADA COM OS ARTESÕES DA CIDADE DE PASSO FUNDO, RS**

**Manuela Agostini**  
(IMED)

**Oliva Tozetto**  
(IMED)

**Renata Sampaio**  
(IMED)

## **Resumo**

*Este trabalho teve por objetivo principal analisar o perfil empreendedor dos artesões da cidade de Passo Fundo, se os mesmos empreendem por necessidade financeira ou por oportunidade. Para isso, após uma pesquisa bibliográfica a respeito do assunto empreendedorismo, foi aplicado um questionário com perguntas fechadas, onde o artesão ao iniciar a pesquisa era questionado o que o levou a fazer e vender seus produtos, a necessidade financeira ou a oportunidade que havia no mercado. O quanto à autoconfiança e a independência, a busca por oportunidades e a iniciativa, e o quanto de riscos estão dispostos a correr. Ao final da pesquisa concluiu-se que os artesões investem por necessidade financeira em maior número que por oportunidade.*

*Palavras-chaves: Artesão; Empreendedor; Necessidade; Oportunidade*

## **1. Introdução**

Empreendedor é o indivíduo arrojado que tenta, começa ou tem iniciativa de prestar um serviço, produzir ou comercializar algum produto. A iniciativa é um instrumento dos empreendedores, é o meio em que exploram a mudança como oportunidade de um negócio.

O empreendedor por oportunidade e o empreendedor por necessidade são os tipos definidos pelos autores. Os motivos que levam esses indivíduos a buscar o empreendedorismo são os mais diversos.

Com a finalidade de identificar o perfil dos artesões da cidade de Passo Fundo, foi realizada uma pesquisa de campo com uma amostragem, onde o principal objetivo é fazer um levantamento para saber o motivo que os levou a fabricar e vender seus produtos em tendas montadas na praça central da cidade de Passo Fundo, RS, onde foram divididos em dois grupos, os empreendedores por necessidade ou oportunidade. A busca pela oportunidade, o quanto estão dispostos a correr riscos, a independência e autoconfiança.

Os artesões possuem uma associação criada há trinta anos, mas a mesma não possui sede, nem mesmo recebe apoio dos órgãos públicos municipais, ou entidades como o SEBRAE, onde participam de feiras realizadas na cidade, e tem autorização para montar suas barracas e vender seus produtos dez dias uteis por mês na praça central da cidade de Passo Fundo, RS. A associação possui vinte associados, mas nem todos participam ativamente das feiras e exposição realizadas na praça central da cidade.

Os artesões têm em média 54 anos. Seus produtos são classificados como trabalhos manuais, sendo de uso decorativo, para ornamentar ambientes, adornos e acessórios. Ainda, objetos de uso pessoal, como peças de vestuário e acessórios, como bijuterias.

Não há dados oficiais de quantos artesões existem na cidade. Tem-se conhecimento apenas dados da associação, o que não condiz com a realidade. Sabendo das dificuldades financeiras e de recolocação no mercado de trabalho, os profissionais buscaram o artesanato como meio alternativo de obtenção de renda.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Empreendedorismo**

Empreendedor é o indivíduo arrojado que tenta, começa ou tem iniciativa de prestar um serviço, produzir ou comercializar algum produto, ou seja, o empreendedor é um insatisfeito que não se acomoda, está sempre em busca de novas oportunidades.

No conceito do SEBRAE (2005), “empreendedorismo é qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa, ou a expansão de um empreendimento existente, por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas”. Esta é uma definição que engloba toda e qualquer atividade, tanto formal como informal, com características de esforço, determinando se um grupo de pessoas é ou não empreendedor.

O assunto empreendedorismo está em voga não só no Brasil, mas em vários países, aonde o Brasil vem se destacando como um dos povos mais empreendedores do mundo, com um empreendedorismo mais planejado e consistente.

Segundo dados da pesquisa Global Entrepreneurship Monitor de 2008, “Pela primeira vez desde que o estudo é realizado no país, inverteu-se a proporção entre as pessoas que empreendem por necessidade e oportunidade. A cada três brasileiros que empreendem, um é por necessidade e dois são por oportunidade”.

Muitos desses empreendedores oportunistas são indivíduos que acabam saindo de grandes empresas por não encontrarem nelas um ambiente favorável e de apoio para o desenvolvimento de suas ideias, onde por meio de inovações ou identificação de necessidades não atendidas pelo mercado, inovam transformam novos produtos ou serviços em oportunidades.

Nas palavras de Dornelas (2005, p. 21), “os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar legado. Por trás dessas invenções, existem pessoas ou equipes de pessoas com características especiais que são visionárias, questionam, arriscam, querem algo diferente, fazem acontecer e empreender”.

Para Cunningham e Lischeron, a tradicional definição de empreendedorismo não significa “abrir um negócio próprio”, porque quem herda, compra, ou gerencia como funcionário não seriam empreendedores, por outro lado abrir o próprio negócio não faz do empresário um empreendedor (apud HASHIMOTO, 2006).

Os mesmos autores classificam as escolas do pensamento, posicionando-as em seis escolas sob diferentes perspectivas como demonstra o quadro nº 1:

Escola Bibliográfica	Estuda a história de vida de grandes empreendedores, mostrando que os traços empreendedores são inatos e não podem ser desenvolvidos. É a intuição que diferencia os empreendedores das demais pessoas, sobretudo o seu “sexto sentido” para identificar e aproveitar uma oportunidade. A pessoa simplesmente nasce empreendedora.
Escola Psicológica	Estuda as características comportamentais e de personalidade dos empreendedores. Nesta escola, assume-se que o empreendedor desenvolve uma série de atitudes, crenças e valores que moldam sua personalidade em torno de três áreas de atenção: valores pessoais, como honestidade, comprometimento, responsabilidade e ética; propensão ao risco e necessidade de realização.
Escola Clássica	Tem como principal característica a inovação. Ela crê que o empreendedor é aquele que “cria” algo, e não que simplesmente o “possui”. Descoberta, Inovação, Criatividade são tema de estudos desta escola. A base desta linha de estudos é o trabalho do economista Joseph Schumpeter.
Escola da Administração	Sugere que o empreendedor é uma pessoa que organiza e administra um negócio, assume os riscos de prejuízo e o lucro inerentes a ele, planejando, supervisionando, controlando e

	direcionando o empreendimento. A importância do Plano de Negócio, como instrumento de planejamento e estruturação de ideias, nasce desta escola.
Escola da Liderança	Mostra que o empreendedor é um líder que mobiliza as pessoas em torno de objetivos e propósitos. Esta escola parte do pressuposto que nenhum empreendedor obtém resultados sozinho. É preciso, acima de tudo, que ele saiba montar uma equipe, motivá-la e desenvolvê-la para construir coisas em conjunto.
Escola Corporativa	Diz que as habilidades empreendedoras podem ser úteis em organizações complexas, para ações de foco bastante específico, como abrir um mercado, expandir serviços ou desenvolver produto. Seu foco de estudo é a organização e o seu desenvolvimento. Ela ganhou relevância a partir da necessidade e das dificuldades das organizações em desenvolver os empreendedores internos ou o clima empreendedor.

Fonte: Hashimoto (2006), adaptado pelos autores do artigo.

## 2.2 Empreendedorismo no Brasil

O empreendedorismo no Brasil teve seu maior desenvolvimento a partir da década de 1990, com incentivo das entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software), anterior a estas criações praticamente não se falava em empreendedorismo, e nem em pequenas empresas.

A GEM (Global Entrepreneurship Monitor) em pesquisa realizada em 2008, constatou que há no Brasil 14,6 milhões de empreendedores. O resultado da pesquisa apresentou os seguintes dados: o percentual dos empreendedores por oportunidade ficou em 8,03%, o equivalente a 9,78 milhões de pessoas. Já o percentual dos empreendedores por necessidade ficou em 3,95%, num total de 4,81 milhões de pessoas. Entre os jovens, com idade entre 18 e 24 anos, 68% empreendem por oportunidade e 32% por necessidade, o que demonstra que a realidade deste segmento está próxima dos dados sobre o empreendedorismo no Brasil.

A visão de “herói” faz sentido ao definir o empreendedor brasileiro, pois consegue superar as dificuldades de iniciar um empreendimento próprio, sem apoio e incentivo, apenas com uma ideia na cabeça e muita disposição para trabalhar e aprender. Assim, lidar com a falta de credibilidade, lutar contra a inércia do passado, ter paciência para enfrentar a burocracia para abrir uma empresa, obter recursos financeiros, trabalhar com o mínimo de infraestrutura, depender de clientes e fornecedores e aprender a administrar um negócio com base na tentativa e no erro. Fracassar muitas vezes e em muitos casos recomeçar é, dessa forma, comum (HASHIMOTO, 2006).

## 2.3 Empreendedor por necessidade ou Oportunidade

A iniciativa é um instrumento dos empreendedores, é o meio em que exploram a mudança como oportunidade de um negócio. Os empreendedores precisam conhecer e

por em prática as iniciativas que indicam uma oportunidade. Isso vale tanto para os empreendedores por oportunidade como os empreendedores por necessidade. Porém, os motivos que levam esses indivíduos a buscar o empreendedorismo não são os mesmos.

O empreendedor por oportunidade é aquele funcionário que abandona consciente e proativamente seu emprego para iniciar o próprio negócio por identificar uma oportunidade no mercado. A partir daí resolve arriscar tudo para não perdê-la.

Na definição do SEBRAE (2005), “empreendedor por oportunidade são pessoas que desenvolvem atividades relacionadas com a criação de negócios que tem por objetivo explorar uma oportunidade específica, muitas vezes por iniciativa de indivíduos que mantêm ao mesmo tempo um vínculo normal de emprego”.

O ambiente externo está propício à geração de novas ideias, onde os indivíduos com talentos raros frustram-se por não encontrar espaço nas empresas para desenvolver seus projetos. Eles não possuem suporte ou incentivo para por suas ideias em prática. Hashimoto (2006, p. 8) diz que “essas frustrações os levam a manifestar uma característica típica do empreendedor: a ousadia e a coragem de abandonar um emprego supostamente “estável” para buscar uma aventura fora da empresa, arriscando-se a abrir um negócio próprio como tentativa de realizar seus sonhos”.

No que tange ao empreendedor por necessidade, o SEBRAE (2005) afirma que “o empreendedor por necessidade é representado por atividades que são iniciadas pelo fato do indivíduo não encontrar “opções melhores de trabalho, enfim, é caso do indivíduo que empreende para sobreviver, fenômeno bastante comum em contextos de desemprego e precarização do trabalho”.

O empreendedor por necessidade é o profissional que por algum motivo foi desligado da empresa e não encontra espaço no mercado de trabalho para colocar-se novamente. Pela sobrevivência, se arrisca num pequeno e novo empreendimento, mas o faz porque precisa e não porque quer. Na lição de Hashimoto (2006, p. 8), “a falta de preparo pode incluir também a falta de: capacitação técnica no segmento escolhido, competências gerenciais, rede de relacionamento, disposição para enfrentar as dificuldades iniciais, uma visão positiva do futuro, entre outros motivos”.

Além disso, as altas taxas de desemprego, a crescente competitividade no mercado de trabalho e as exigências cada vez mais rígidas em relação à dedicação, à capacitação e à produtividade das empresas estão forçando o surgimento de empreendedores por necessidade. Hashimoto, (2006, p. 9) refere-se da seguinte forma: “o empreendedor que abandona a empresa acaba se deparando com muitas dificuldades nessa transição. O alto custo do capital, a necessidade de investir em toda a infraestrutura, os problemas na contratação de pessoal qualificado, as dificuldades em obter crédito e apoio, a burocracia exigida por órgãos públicos governamentais, o tempo necessário para construir uma marca e reputação e os riscos gerais envolvidos em todo empreendimento novo são típicos problemas enfrentados”.

Diante disso, a característica que difere o empreendedor por oportunidade do empreendedor por necessidade é a voluntariedade, uma vez que o primeiro busca o empreendedorismo porque vê uma oportunidade de negócio, enquanto que o segundo o faz por falta de opção de trabalho.

## **2.4 Empreendedorismo na Administração**

Druker (apud Hashimoto, 2006) foi quem traçou as primeiras definições da economia empreendedora, unindo-a com sua visão na aplicação da administração. As colocações abaixo resumem suas ideias:

- A administração deve ser aplicada a novos empreendimentos comerciais ou não, pois achava que era aplicado às empresas já existentes;
- A administração empreendedora deve abordar os pequenos empreendimentos, até então havia a certeza que se aplicava somente aos grandes;
- A administração empreendedora deve focar qualquer tipo de organização, comerciais, serviço público, ONGs, até então se direcionava somente a empresas com fins lucrativos;
- A administração empreendedora deve incluir pequenas atividades comerciais que não eram consideradas empresas como restaurantes, lojas e postos de gasolina.

Os pesquisadores americanos Longenecker e Schoen dizem que “a essência do empreendedorismo” consiste em três elementos localizados na atividade empreendedora, quais sejam, a inovação, o risco e a autonomia. Estes elementos não são abordados na nova administração de Druker. Vale ressaltar que estes elementos só qualificam o empreendedorismo se estiverem juntos, isolados não podem ser características de empreendedores (apud HASHIMOTO, 2006).

- Inovação: o papel do empreendedor não limita-se a criação de novos negócios, compreende a criação de um método de produção, a abertura de novos mercados, busca por alternativas de novos materiais e promoção de mudanças na organização;
- Risco: quanto maior a incerteza maior será a imprevisibilidade dos resultados, o risco é composto de três fatores básicos: as anomalias aos quais os produtos, processos e serviços estão sujeitos, o risco pode ser avaliado a partir de determinada anomalia, como não vender, a probabilidade de não conseguir vender, e as decorrências geradas por não vender, se a incidência destes itens for grande, então o risco é grande;
- Autonomia: o empreendedor tem autonomia para definir os objetivos, uso dos recursos, as estratégias, e buscar as oportunidades relevantes. Não se pode confundir autonomia com independência que significa trabalhar sozinho, o que não é característica de um empreendedor, que busca o apoio e confiança dos parceiros, sócios, clientes, fornecedores, funcionários. Sua visão está mais voltada ao ambiente externo que interno, ao contrário do administrador.

## **2.5 Estratégia empreendedora**

Para o autor Henry Mintzberg (2006, p. 98), a escola empreendedora focaliza o processo de formação em um único líder, e enfatiza o mais nato dos processos, intuição, julgamento, sabedoria, experiência e critério. Promove uma visão da estratégia como perspectiva, associada com imagem e senso de direção a visão, essa visão serve como inspiração e também como senso do que precisa ser feito. “Isso o deixa flexível, de forma que o líder pode adaptá-lo às suas experiências”.

Segundo Mintzberg (2006, p. 103), “se o espírito empreendedor engloba realmente as decisões, visões e intuições do indivíduo isolado, então além de pesquisar a cognição

individual do ponto de vista psicológico, é razoável pensar que a coisa mais óbvia a ser estudada são os traços dos empreendedores bem-sucedidos”.

## 2.6 Artesanato

O artesanato é uma das atividades mais antigas do ser humano e de difícil definição. O designer gráfico Eduardo Barroso Neto define artesanato como “toda a atividade produtiva de objetos e artefatos realizados manualmente, ou com a utilização de meios tradicionais ou rudimentares, com habilidade, destreza, apuro técnico, engenho e arte, podem ser chamados de artesanato.”

Já o SEBRAE (2010), classifica o artesanato em categorias de produtos artesanais, de acordo com seu processo de produção, sua origem, uso e destino, conforme demonstra quadro nº 2:

Arte popular	Conjunto de atividades poéticas, musicas, plásticas e expressivas que configuram o modo de ser e de viver do povo de um lugar.
Artesanato	A partir do conceito proposto pelo Conselho Mundial do Artesanato, define-se como artesanato toda a atividade produtiva que resulte em objetos e artefatos acabados, feitos manualmente ou com a utilização de meios tradicionais ou rudimentares, com habilidade, destreza, qualidade e criatividade.
Trabalhos manuais	Os trabalhos manuais exigem destreza e habilidade, porém utilizam moldes e padrões predefinidos, resultando em produtos de estética pouco elaborada. Não são resultantes de processo criativo efetivo. É muitas vezes, uma ocupação secundária que utiliza o tempo disponível das tarefas domésticas ou um passatempo.
Produtos alimentícios (típicos)	Os produtos típicos são, em geral, produtos alimentícios processados segundo métodos tradicionais, em pequena escala, muitas vezes m família ou por um determinado grupo.
Produtos semi-industriais e industriais Indústria nato/souvenir	Produção em grande escala, em série, com utilização de moldes e formas, máquinas e equipamentos de reprodução, com pessoas envolvidas e conhecedoras apenas de partes do processo. Souvenirs são objetos produzidos com foco no mercado turístico, que expressam identidade cultural, comunica conceitos e busca qualidade e funcionalidade das peças.
Artesanato indígena	São os objetos produzidos no seio de uma comunidade indígena, por seus próprios integrantes. É, em sua maioria, resultante de uma produção coletiva, incorporada ao cotidiano da vida tribal, que prescinde da figura do artista ou do autor.

Artesanato tradicional	Conjunto de artefatos mais expressivos da cultura de um determinado grupo, representativo de suas tradições, porém incorporados à vida cotidiana. Sua produção é, em geral, de origem familiar ou de pequenos grupos vizinhos, o que possibilita e favorece a transferência de conhecimento sobre técnicas, processos e desenhos originais. Sua importância e seu valor cultural decorrem do fato de ser depositária de um passado, de acompanhar histórias transmitidas de geração em geração, de fazer parte integrante e indissociável dos usos e costumes de um determinado grupo.
Artesanato de referência cultural	São produtos cuja característica é a incorporação de elementos culturais tradicionais da região onde são produzidos. São, em geral, resultantes de uma intervenção planejada de artistas e designers, em parceria com os artesões, com o objetivo de diversificar os produtos, porém preservando seus traços culturais mais representativos.
Artesanato conceitual	Objetos produzidos a partir de um projeto deliberado de afirmação de um estilo de vida ou afinidade cultural. A inovação é o elemento principal que distingue este artesanato das demais categorias. Por detrás desses produtos existe sempre uma proposta, uma afirmação sobre estilos de vida e de valores, muitas vezes explícitos por meio dos sistemas de promoção utilizados, sobretudo àqueles ligados ao movimento ecológico e naturalista.

Diante disso, podemos caracterizar o artesanato a partir de sua finalidade até as matérias-primas utilizadas para a confecção das peças. O artesanato de grande escala tem menos valor cultural que a arte popular, o artesanato indígena e o artesanato tradicional.

O SEBRAE desenvolve um programa com o fito de fomentar o artesanato de forma integrada, promove ações que incentivam o artesanato brasileiro por meio de projetos que capacitam artistas empreendedores e abastecem este mercado.

As ações promovidas pelo órgão dão ênfase ao artesanato como um setor economicamente sustentável, que valoriza a identidade cultural das comunidades, melhorando a qualidade de vida e gerando renda e postos de trabalho. Aos artesões constitui um significativo número de trabalhadores saindo do mercado informal. “O programa Sebrae de Artesanato busca capacitar, disseminar o empreendedorismo e promover a melhoria da produção e sua inserção no mercado”.

Os dados fornecidos pelo SEBRAE dão conta que “O artesanato é cada vez mais valorizado pela sua beleza e tradição e exerce um papel preponderante na ocupação e geração de renda para milhares de brasileiros, os dados do IBGE apontam que o número de brasileiros que buscam no artesanato uma fonte de ocupação e renda passa de 8,5 milhões de pessoas e o setor movimenta cerca de R\$ 28 bilhões ao ano”.

Para SEBRAE (2010) o artesanato pode ser classificado também pelo uso, conforme mostra o quadro nº 3:

Adornos	e Objetos de uso pessoal como joias, bijuterias, cintos, bolsas,
---------	--



acessórios	peças para vestuário etc.
Decorativo	Objetos produzidos para ornamentar e decorar ambientes.
Educativo	Objetos destinados às práticas pedagógicas.
Lúdico	Objetos produzidos para o entretenimento e para representação do imaginário popular. Exemplos: jogos, bonecos, brinquedos, entre outros.
Religioso	Peças destinadas aos usos ritualísticos ou para demonstrações de crenças e da fé. Exemplos: amuletos, imagens, adornos, altares, oratórios, entre outros.
Utilitário	Peças produzidas para satisfazer às necessidades de trabalho dos homens, seja no campo, seja na atividade doméstica. Peças de grande simplicidade formal, seu valor é determinado pela importância funcional e não por seu valor simbólico. São utensílios produzidos para atender às necessidades domésticas.

### 3. Metodologia da pesquisa

O estudo foi desenvolvido através da pesquisa bibliográfica, pesquisa de campo e pesquisa de levantamento. Segundo Gil (1999, p. 70) “As pesquisas desse tipo se caracterizam pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer. Basicamente, procede-se à solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para em seguida, mediante análise quantitativa, obter as conclusões correspondentes dos dados coletados”.

Para Marconi e Lakatos (2008, p. 69), “pesquisa de campo é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese que se queira comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles.”

As pesquisas de campo se dividem em três grupos: quantitativo-exploratória, exploratórias e experimentais.

A pesquisa quantitativo-descritiva segundo Marconi e Lakatos (2008, p. 70), “consistem em investigações de pesquisa empírica cuja principal finalidade é o delineamento ou análise das características de fatos ou fenômenos, a avaliação de programas ou o isolamento de variáveis principais ou chaves. Utilizam várias técnicas como entrevistas, questionários, formulários etc. e empregam procedimentos de amostragem”.

Para a amostragem desse estudo foi utilizado um questionário com perguntas fechadas, onde o entrevistado deu uma nota.

A observação direta é realizada através de questionários que segundo Marconi e Lakatos (2008, p. 86), “questionário é um instrumento de coleta de dados constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador”.

Gil (1999, p. 128), define questionário como uma técnica de investigação que permite elaborar uma pesquisa com um número elevado de questões, tendo como objetivo o conhecimento e opiniões vivenciadas pelos respondentes. “Os questionários, na maioria

das vezes, são propostos por escrito aos respondentes. Costumam, nesse caso, ser designados como questionários auto aplicados. Quando, porém, as questões são formuladas oralmente pelo pesquisador, podem ser designados como questionários aplicados com entrevistas ou formulários”.

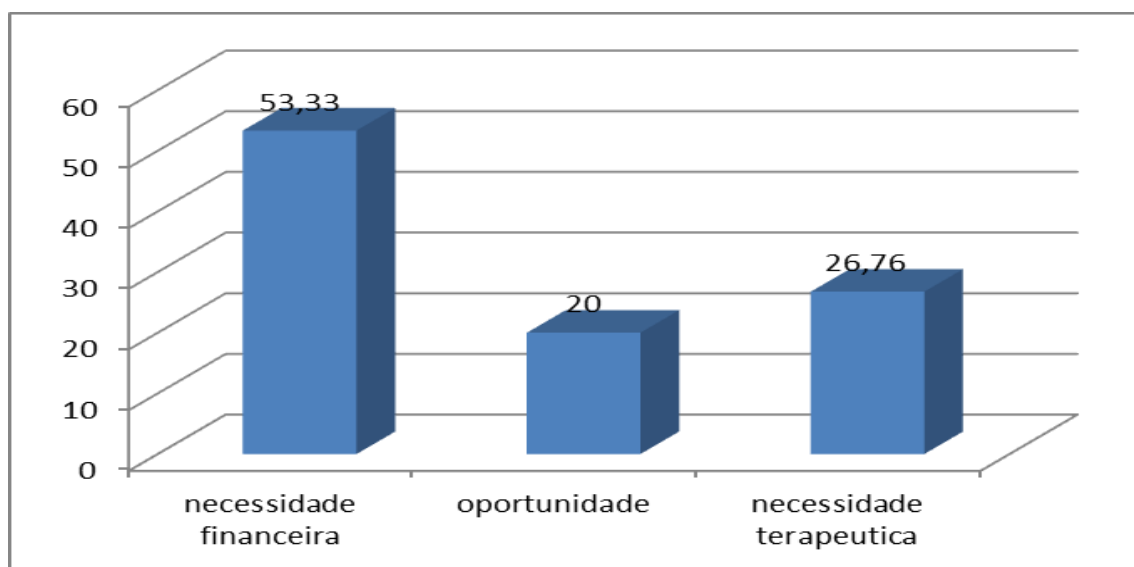
A pesquisa foi feita com quinze artesões, os quais fazem parte da associação, que possui um total de vinte sócios, porém, deste total não são todos que atuam ativamente em feiras e na exposição de seus produtos na praça Marechal Floriano, da cidade de Passo Fundo, RS.

A pesquisa foi aplicada com o objetivo de identificar, de analisar as características e o perfil empreendedor dos artesões da cidade de Passo Fundo RS.

#### 4. Análise e Discussão dos resultados da Pesquisa

Para este estudo foi realizada uma pesquisa de campo, onde foram aplicados quinze questionários. Utilizou-se de um questionário com perguntas fechadas, onde os artesões avaliaram o grau de risco, a busca por oportunidades, a autoconfiança e a independência e como iniciou o empreendimento, se por necessidade financeira ou por oportunidade de trabalho.

Constatou-se na pesquisa realizada, que a maior parte dos artesões empreende por necessidade financeira. A partir dos dados coletados, pode-se afirmar que os artesões atuantes por necessidade financeira correspondem a 53,33% dos questionários respondidos. Já os que empreendem por oportunidade correspondem a 20%. Há ainda os que atuam na área por necessidade terapêutica num percentual de 26,67% dos questionários. O gráfico abaixo mostra os resultados obtidos:

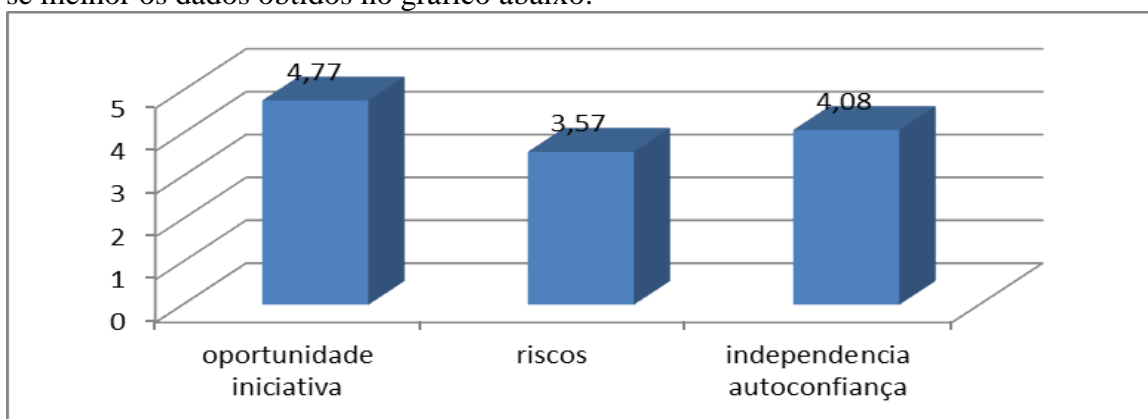


Segundo o SEBRAE (2005), “o empreendedor por necessidade é representado por atividades que são iniciadas pelo fato do indivíduo não encontrar “opções melhores de trabalho”, enfim, é caso do indivíduo que empreende para sobreviver, fenômeno bastante comum em contextos de desemprego e precarização do trabalho”.

Ainda, para o SEBRAE (2005), “empreendedor por oportunidade são pessoas que desenvolvem atividades relacionadas com a criação de negócios que tem por objetivo

explorar uma oportunidade específica, muitas vezes por iniciativa de indivíduos que mantêm ao mesmo tempo um vínculo normal de emprego”.

Ao analisar de forma geral os dados, a busca de oportunidade e a iniciativa obtiveram uma média de 4,77 pontos. No questionamento, os riscos corridos alcançaram a média de 3,57 pontos. Na independência e autoconfiança a média foi de 4,08 pontos. Observa-se melhor os dados obtidos no gráfico abaixo:



Ao analisar os questionários separadamente, pode-se dizer que não há diferença entre eles conforme as projeções.

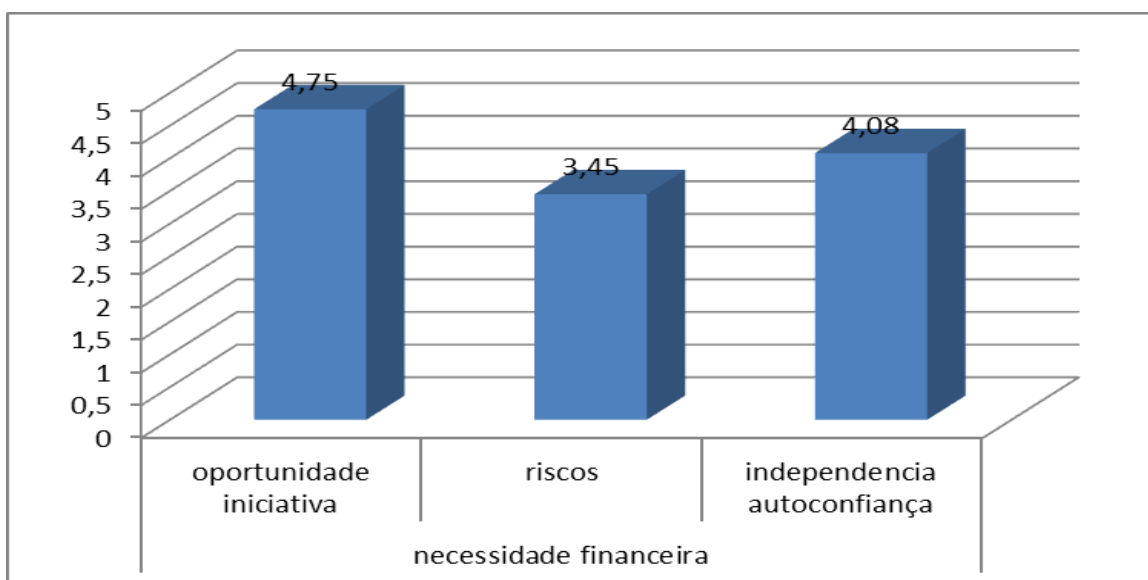
A busca por oportunidade e iniciativa, independência e autoconfiança e os riscos, numa escala de um a cinco, os dois grupos estão praticamente iguais.

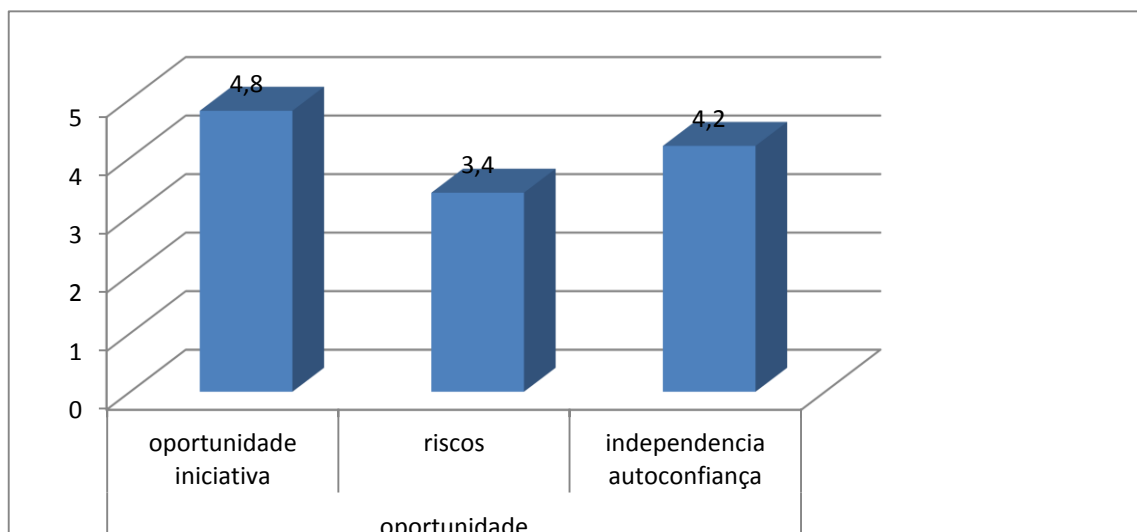
O grupo que investe por necessidade financeira tem uma média de 4,75 pontos, enquanto o grupo dos que investem por oportunidade, a média ficou em 4,80 pontos.

No questionamento do quanto estão dispostos a correr riscos, os que investem por necessidade financeira tem uma média de 3,45 pontos. O grupo dos que iniciam por oportunidade teve média de 3,4 pontos.

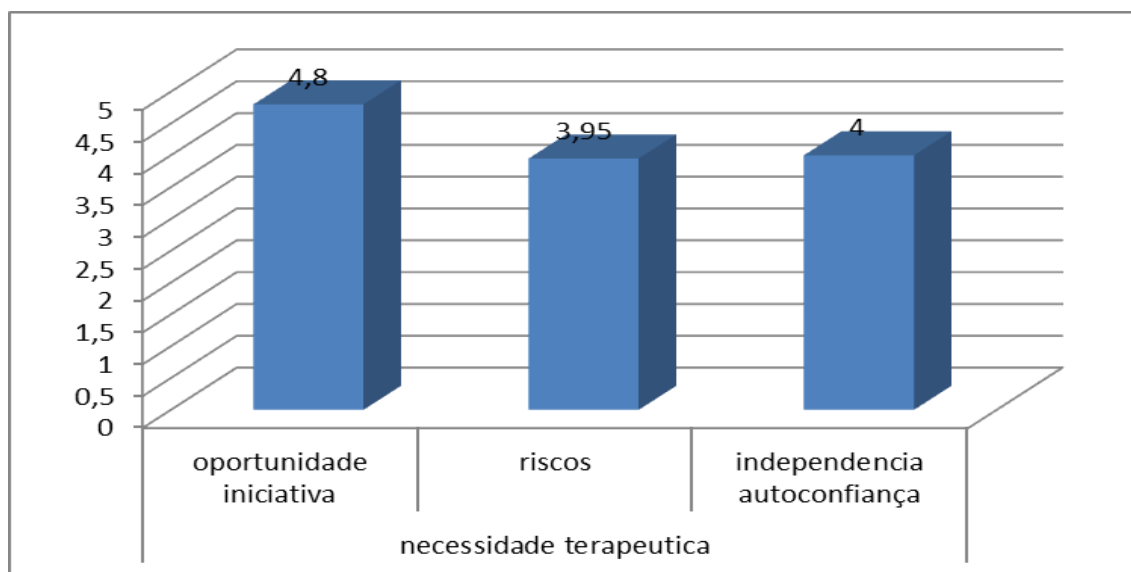
Na independência e autoconfiança os empreendedores por necessidade têm uma média de 4,08 pontos e os empreendedores por oportunidade uma média de 4,2 pontos.

Pode-se inferir que os empreendedores por necessidade têm espírito empreendedor mais elevado. A necessidade os faz correr mais riscos e buscar mais as oportunidades, tornando-os mais autoconfiantes. Isso pode ser verificado nos gráficos a seguir:





Os empreendedores por necessidade terapêutica diferenciam-se dos outros dois grupos, pois correm mais riscos. A média foi de 3,95 pontos. Os membros deste grupo são mais arrojados, porém, ao analisarmos a autoconfiança e independência conclui-se que eles possuem uma média de 4 pontos a menor, se comparados com os demais. Veja-se o gráfico comparativo:



A pesquisa diverge em alguns pontos do referencial teórico. Os empreendedores por oportunidade são definidos como empreendedores que veem no mercado uma oportunidade, saindo em busca desta oportunidade. Conforme se constata na pesquisa, praticamente não há diferença entre os empreendedores por necessidade ou oportunidade. Os dois grupos de propõem a correr riscos, veem as oportunidades que o mercado oferece e possuem autoconfiança, não apresentando diferença significativa.

### 5. Considerações finais

O artesanato, objeto desta pesquisa, se enquadra na categoria de trabalhos manuais e são classificados nas espécies de adornos, acessórios e decorativos.

Com base neste estudo, que consistiu em analisar o perfil dos artesões da cidade de Passo Fundo e considerando que não há dados oficiais do número exato de pessoas que desenvolvem o artesanato como fonte de renda, pode-se dizer que o empreendedor é responsável pelo desenvolvimento econômico. A atividade é uma arma contra o desemprego e é a concretização da independência para muitos profissionais. Isso ocorre também em outros municípios, onde os artesões são fixados em suas comunidades, promovendo a sustentabilidade e o aumento na qualidade de vida, além de gerar renda e novos postos de trabalho.

Contudo, esta não é a realidade encontrada na cidade de Passo Fundo, pois os artesões não recebem incentivos dos órgãos públicos da cidade, além de não possuir um local adequado para exposição de seus produtos. A associação dos artesões não possui um espaço para a sede, ou mesmo uma casa para o artesão. O que possuem é uma autorização para armar uma barraca na praça central para expor e vender seus produtos, nos primeiros quinze dias do mês.

Uma sugestão para novos estudos diz respeito ao empreendedor por necessidade terapêutica, pois constatou-se a existência do grupo com este perfil na cidade de Passo Fundo. No entanto, não há bibliografia ou estudos sobre estes casos.

A dificuldade encontrada na aplicação da pesquisa revelou-se na difícil tarefa de localizar os artesões e a desconfiança deles. Não queriam se expor temendo de sofrer alguma punição por parte da fiscalização.

Diante das análises realizadas, conclui-se que apesar das dificuldades enfrentadas na aplicação da pesquisa e as dificuldades pelas quais os artesões da cidade de Passo Fundo passam, como por exemplo, não possuem estrutura para expor seus produtos, eles podem ser considerados empreendedores, enquadrando nos grupos definidor por empreendedor por necessidade e empreendedor por oportunidade.

## Referências

DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo, Transformando Ideias em Negócio*, 2. ed., 4. tir., Rio de Janeiro: Campos, 2005

GIL, Antônio Carlos. *Métodos e Técnicas Pesquisa Social*, 5. ed., São Paulo: Atlas, 1999.

HASHIMOTO, Marcos. *Espírito Empreendedor nas organizações: aumentando a competitividade através do intra-empreendedorismo*, 1. ed., São Paulo: Saraiva, 2006.

MARCONI, Marina de Andrade, LAKATOS, Eva Maria. *Técnicas de pesquisa*, 7. ed., São Paulo: Atlas, 2008.

MINTZBERG, Hery, Bruce Ahlstrand, Joseph Lampel. *Safari de Estratégia, um roteiro pela selva do planejamento estratégico*, Tradução de Nivaldo Montingelli JR, Porto Alegre: Bookman, 2000.

<<http://www.anpei.org.br/imprensa/noticias/brasil-e-o-3%C2%BA-pais-mais-empreendedor-do-g-20>> Acesso em 10/09/2011.

<[http://www.sebrae.com.br/setor/artesanato/sobreartesanato/mercado/aceso/integra\\_bia/ident\\_unico/18395](http://www.sebrae.com.br/setor/artesanato/sobreartesanato/mercado/aceso/integra_bia/ident_unico/18395) >Acesso em 15/10/2011.