

***beFree* – Artesanato**
**Uma plataforma Virtual Voltada para a Consolidação do
Empreendedorismo Social através da Tecnologia**

Denise Farias Barbosa, Joédima da Silva Araújo, Waldir Barros Fernandes Junior

joedima.araujo@fatec.sp.gov.br, denise.barbosa@fatec.sp.gov.br,
waldir.fernandes@fatec.sp.gov.br

Faculdade de Tecnologia de São José do Rio Preto

Resumo: Este artigo se propõe a explorar a concepção e o desenvolvimento de uma plataforma de rede social exclusiva para artesãos e consumidores finais. Pretende-se, com este documento, contextualizar a importância do artesanato como forma de expressão cultural e evolução econômica, destacando os benefícios para os artesãos e consumidores, além de promover a preservação cultural. A ideia é transformar artesãos brasileiros em empreendedores sociais. Discutiremos os objetivos do projeto, a metodologia de desenvolvimento, as hipóteses de pesquisa, os resultados esperados e a fundamentação teórica que sustenta esta iniciativa. Ao final deste artigo, esperamos destacar o potencial transformador de uma rede social de artesanato, que inclui a facilitação da conexão direta entre os artesãos e os consumidores finais, a promoção do valor do artesanato, o fomento do empreendedorismo social, a criação de uma comunidade engajada e atuante, e o incentivo à pluralidade da cultura brasileira. A ferramenta busca criar uma experiência enriquecedora para todos os envolvidos, promovendo o reconhecimento do trabalho manual como sendo uma das principais tradições culturais de nosso país e, com isso, fortalecer a comunidade de artesãos.

Palavras-chave: artesanato; empreendedorismo; rede social

Abstract: *This article sets out to explore the design and development of a unique social networking platform for artisans and end consumers. The aim of this document is to contextualize the importance of crafts as a form of cultural expression and economic evolution, highlighting the benefits for artisans and consumers, in addition to promoting cultural preservation. The idea is to transform Brazilian artisans into social entrepreneurs.*

We will discuss the project objectives, the development methodology, the research hypotheses, the expected results and the theoretical foundation that supports this initiative. At the end of this article, we hope to highlight the transformative potential of a craft social network, which includes facilitating direct connections between artisans and end consumers, promoting the value of crafts, fostering social entrepreneurship, creating a community engaged and active, and encouraging the plurality of Brazilian culture.

The tool seeks to create an enriching experience for everyone involved, promoting the recognition of manual work as one of the main cultural traditions of our country and, with this, strengthening the artisan community.

Keywords: *handcraft; to connect; social network; entrepreneurship*

1. INTRODUÇÃO

O artesanato é uma forma de expressão cultural que tem desempenhado um papel significativo ao longo da história da humanidade, transmitindo tradições e habilidades através de objetos feitos à mão. No entanto, nos últimos anos, a indústria do artesanato tem enfrentado desafios significativos, incluindo a concorrência de produtos industrializados e a falta de canais eficazes de venda. Sobre a exploração comercial do artesanato, Miranda et al. (2007) ressalta a importância do desenvolvimento de mecanismos de apoio profissional “que busquem aprimorar a capacidade de uma inserção mais competitiva e organizada no mercado”. É nesse contexto que surge a necessidade de uma ferramenta que conecte artesãos diretamente aos seus consumidores finais, divulgando e disseminando o consumo consciente de produtos feitos à mão e preservando a identidade cultural dos artesãos pelo país.

Somos em geral mais ricos em tudo o que se pode herdar; portanto, também em todas as vantagens do artesanato, em todas as massas do mecânico, mas o que deve ser inato, o talento imediato, pelo qual se distingue o artista, parece ser mais raro em nossa época. E, todavia, eu gostaria de afirmar que ele continua existindo hoje tal como sempre existiu, mas que, como uma planta muito delicada, não encontra nem terreno e clima apropriados nem cuidado. (GOETHE, 2005)

1.1. Justificativas

De janeiro a agosto do último ano, segundo dados coletados pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2022), o número de artesãos mais que dobrou no Brasil e, ainda mais importante, o setor é responsável por cerca de 3% do Produto Interno Bruto (PIB). Durcelice (2022), gestora do artesanato do Sebrae Nacional, afirma que “além do poder de dar qualidade de vida, o artesanato movimenta a economia, gera emprego e renda para milhares de famílias Brasil afora”; ela acrescenta também que, devido à diversidade existente no país, temos aqui “um grande celeiro criativo de peças artesanais”.

Neste cenário, a criação de uma rede social dedicada ao artesanato, pretende ser mais do que uma mera plataforma de e-commerce, espera-se dela um meio de revitalizar e fortalecer a produção artesanal que, atualmente, desempenha um papel crucial no reconhecimento cultural e na promoção do empreendedorismo social. Meneses (2009) diz que “atos humanos pressupõem saberes na elaboração de coisas, escolhas nas formas de manifestá-los e, assim, conjugam materialidades e imaterialidades inseparáveis”; diante dessa perspectiva, uma ferramenta que viabiliza esse desenvolvimento de maneira objetiva, mostra-se como solução ideal de uma necessidade premente. São elas:

- a) **Empoderamento dos Artesãos:** muitos artesãos talentosos não têm acesso fácil ao mercado e enfrentam dificuldades para vender seus produtos. Uma rede social voltada ao artesanato ofereceria a eles a oportunidade de promover seus trabalhos e alcançar um público global.
- b) **Consumidores conscientes:** há uma demanda crescente por produtos artesanais, especialmente por sua característica de exclusividade. Este nicho de consumidores valoriza a autenticidade e a sustentabilidade e, dentro deste conceito, a *beFree* permitiria que eles descobrissem e comprassem produtos artesanais diretamente dos seus criadores.

- c) **Preservação da Cultura:** Paviani (2003) em referência à atividade artesanal, diz que “é aquela que está arraigada na cultura popular, é aquela que concorda aos latejos telúricos, espirituais e sociais de um povo”. O artesanato desempenha um papel fundamental na preservação de tradições culturais e no desenvolvimento de habilidades manuais que são transmitidas de geração em geração. A plataforma poderia servir como um repositório digital destes conhecimentos, tornando-os acessíveis a um público maior.
- d) **Comunidade e Aprendizado:** além de promover a compra e venda de produtos artesanais, a rede social *beFree* criaria uma comunidade unida de entusiastas do artesanato, oferecendo espaço para compartilhar projetos e experiências e, com isso, inspirar a troca de conhecimentos.

1.2. Objetivos

Este artigo apresenta um plano de negócio que se baseia em uma plataforma digital inovadora e própria para divulgação de produtos artesanais. Tem como objetivos:

- a) **Principal:** conectar artesãos diretamente aos seus consumidores e, neste sentido, pretende proporcionar uma experiência única, prazerosa e rentável. Essa ferramenta buscará, através do trabalho manual, a promoção do artesão e a preservação da identidade cultural e, com isso, possibilitará a negociação direta, eliminando intermediários e fomentando o empreendedorismo entre os seus usuários.
- b) **Secundários:** promover práticas sustentáveis, com a divulgação de produtos ecologicamente corretos e, com isso, aumentar o interesse dos consumidores pela utilização e consumo de peças artesanais, no sentido de fortalecer o conceito de responsabilidade ambiental e social.

2. PROBLEMAS DE INVESTIGAÇÃO

2.1. Identificação de Mercado

Qual é a demanda dos artesãos em busca da ampliação do mercado consumidor? E como essa demanda migra ou poderia migrar para o mercado digital?

2.2. Perfil do Usuários

Quem são os potenciais usuários de um meio eletrônico para divulgação de produtos artesanais? Quais são suas preferências, necessidades e comportamentos em evidência?

2.3. Concorrência e Posicionamento

Quem são os principais concorrentes no mercado? Qual é o posicionamento da concorrência e como a plataforma pode se diferenciar?

2.4. Sustentabilidade e Inovação

Os Artesãos estão dispostos a utilizar modos diferentes de comercializar seus produtos?

3. SEÇÃO DE DISCUSSÕES E RESULTADOS

3.1. Hipóteses

- a) Hipótese 1: a criação de uma rede social dedicada ao artesanato pode facilitar a conexão direta entre artesãos e consumidores finais, eliminando intermediários e promovendo uma experiência mais personalizada;
- b) Hipótese 2: uma rede social de artesanato pode contribuir com o empreendedorismo social ao capacitar artesões a expandir seus negócios, melhorar suas habilidades de marketing e alcançar uma base de clientes mais ampla;
- c) Hipótese 3: a promoção do artesanato por meio de uma plataforma digital pode levar a um aumento na valorização do trabalho artesanal e na preservação das tradições culturais associadas às diferentes regiões do Brasil;
- d) Hipótese 4: a criação de uma comunidade engajada de artesões e entusiastas do artesanato em uma rede social pode estimular a colaboração, a troca de conhecimentos e a inovação no campo do artesanato;
- e) Hipótese 5: a interação constante entre artesões e consumidores em uma rede social resultaria em um feedback valioso que pode ser utilizado para melhorar a qualidade dos produtos artesanais e a satisfação dos clientes.

3.2. Análise das Hipóteses (Conforme apuração da pesquisa)

A pesquisa aplicada aos artesãos buscou hipóteses válidas que abordaram desde a criação de uma conexão direta entre artesões e consumidores até a promoção da diversidade cultural em nosso país. Apresentaremos os resultados hipotéticos, delineando as possíveis mudanças que essa iniciativa inovadora pode catalisar na comunidade artesanal do Brasil a seguir:

- a) Hipótese 1: Durante a pesquisa qualitativa realizada, houve diversas respostas de artesãos que dizia não vender muito, pois faltava divulgação e local para eles trabalharem e divulgarem seus trabalhos diretamente a possíveis compradores. A criação de uma rede social dedicada ao artesanato facilitaria a conexão direta entre artesãos e consumidores finais, eliminando intermediários. A experiência mais personalizada pode ser confirmada por meio da interação direta com seus clientes e melhor oportunidade para seus negócios;
- b) Hipótese 2: Outra resposta recebida várias vezes pelo grupo de amostra da pesquisa, diz que falta conhecimento adequado para melhorar as vendas pela internet. Diante da dificuldade de ter um local centralizado do assunto, muitos não conseguiram até o momento expandir o seu trabalho no meio digital. Uma rede social de artesanato contribuiria para o empreendedorismo social, tendo um espaço para capacitação dos artesãos expandir seus negócios e melhorar habilidades de marketing. A ampliação da base de clientes seria observada pelos negócios fechados, indicando um impacto positivo na aderência da plataforma;

- c) Hipótese 3: Uma das respostas coletadas sobre esse assunto, cita que infelizmente o artesanato não é valorizado como deveria. Além disso, cerca de sessenta por cento das pessoas pesquisadas informou que vendem apenas localmente, mostrando que há possibilidade dessas pessoas alcançarem um público maior de pessoas que apreciam o trabalho feito à mão e venderem seus produtos. A promoção do artesanato por meio de uma plataforma digital leva a um aumento na valorização do trabalho artesanal e na preservação das tradições culturais. A plataforma pode desempenhar um papel na promoção e preservação das tradições regionais, além de divulgá-los por todo país;
- d) Hipótese 4: Uma das citações dos entrevistados diz que houve um aumento grande nos insumos para desenvolver o artesanato. Outro diz que possui uma loja de armarinhos e que junto faz o artesanato. A criação de uma comunidade engajada de artesãos possibilitaria a conexão com fornecedores confiáveis de matéria prima de qualidade. Além disso, entusiastas em uma rede social estimula a colaboração entre as partes, troca de conhecimentos (receitas) e inovação de técnicas no campo do artesanato. A interação promove a criatividade, a partilha de ideias e o crescimento mútuo entre os envolvidos;
- e) Hipótese 5: Com o engajamento que as pessoas responderam à pesquisa qualitativa, podemos perceber que esse público é interessado e busca o crescimento dos seus negócios. Cerca de cinquenta e cinco por cento dos entrevistados passam até quatro horas do seu dia na internet e rede sociais. Isso mostra que a comunidade de artesãos, mesmo tendo dificuldades no uso de novas tecnologias, tem permanecido presente em aplicativos digitais. Sem contar que com a interação constante entre artesãos e consumidores em uma ferramenta específica para este nicho, resultaria em um *feedback* valioso, possibilitando melhorias contínuas na qualidade dos produtos artesanais e na satisfação dos clientes que adquirem os produtos, assim como a otimização recorrente da plataforma que faria esse elo entre eles.

3.3. Abrangência da Região Demográfica

A coleta de dados sobre a localização geográfica dos entrevistados foi crucial para análises estratégicas e compreensão do mercado. A pesquisa, abrangendo 120 cidades de 23 estados e no Distrito Federal, conforme Figura 1, revelou uma compreensão mais holística das opiniões, preferências e características demográficas da população brasileira. Essa diversidade proporcionou uma visão completa e inclusiva, destacando o amplo alcance da pesquisa e das oportunidades que uma plataforma de artesanato pode proporcionar. O retorno de questionários de quase todos os estados fortalece a validade e a representatividade, enriquecendo a análise demográfica, ressaltando a diversidade e evidenciando as possibilidades na comunidade de artesãos.

Figura 1- Distribuição de repostas dentro do território nacional

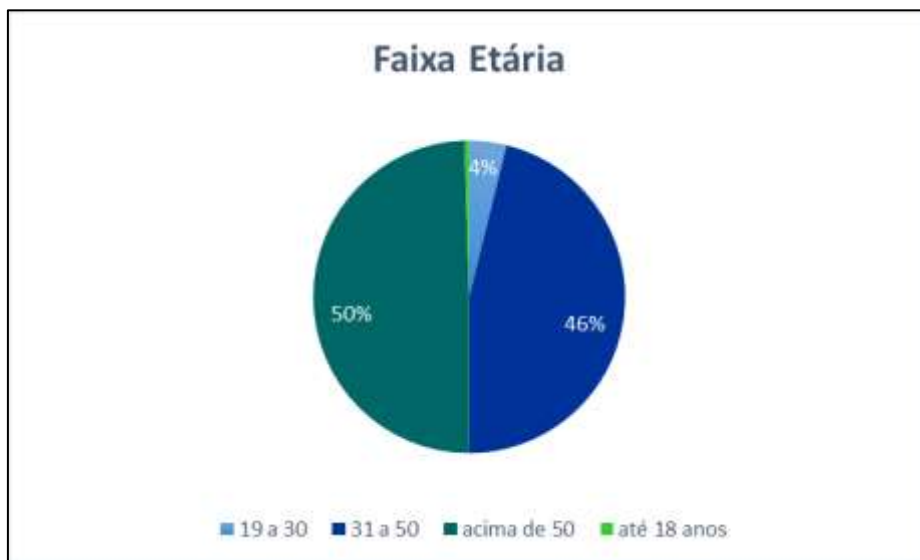


Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

3.4. Definição de Faixa Etária

A concentração específica de respostas na faixa etária de 31 a 50 anos, apresentada na Figura 2, sugere uma oportunidade estratégica para desenvolver iniciativas específicas que atendam às necessidades predominantemente desse grupo. Essa faixa etária central pode ser um foco estratégico, pois a maioria das pessoas tem facilidade em com tecnologia, o que indica que não haveria problemas em acessar a plataforma *beFree*.

Figura 2 – Faixa etária dos artesãos



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Embora a representação de participantes até 18 anos seja modesta, existe uma oportunidade identificável para desenvolver estratégias específicas para engajar e atrair esse grupo, considerando seu potencial crescimento futuro na comunidade.

Destaca-se a participação expressiva de indivíduos acima de 50 anos, sinalizando uma presença significativa de membros mais experientes na comunidade. Nesse caso, percebemos a importância de a plataforma possuir uma UX de fácil navegação, para garantir uma boa experiência a esse grupo.

3.5. Tempo de Experiência no Artesanato

Analisando o tempo de experiência dos entrevistados no artesanato, percebe-se uma diversidade temporal entre os participantes, fornecendo uma visão detalhada da trajetória de cada membro na prática artesanal. É possível observar na Figura 3, que a maioria dos participantes possui uma experiência sólida e extensa, com mais de 10 anos dedicados ao artesanato.

Entretanto, é notável a inclusão de membros com menos de 1 ano de experiência na comunidade. Essa diversidade temporal cria uma oportunidade valiosa para a troca de conhecimentos e experiências entre aqueles que já estão familiarizados no campo e aqueles que estão começando.

A concentração nas categorias "Até 1 ano" e "2-4 anos" destaca uma oportunidade estratégica para desenvolver programas específicos para iniciantes. Esses programas podem fornecer suporte e orientações, atendendo às necessidades específicas daqueles que estão dando os primeiros passos no mundo do artesanato.

Figura 3 – Tempo (em anos) de experiência com artesanato



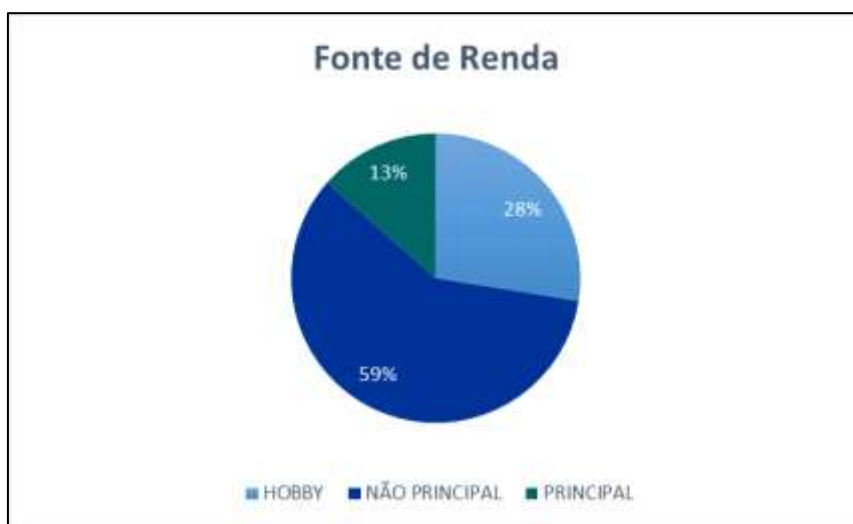
Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

3.6. Fonte de Renda

Temos, conforme Figura 4, um número significativo de respostas "NÃO" ao questionamento sobre o trabalho manual ser o responsável pela subsistência do artesão. Para a maioria, o artesanato não desempenha um papel central na geração de renda. Isso aponta para uma participação aonde a aplicação vai além das implicações financeiras, abrangendo diversos propósitos.

Respostas afirmativas abrem a possibilidade de desenvolver estratégias que permitam explorar seu talento como fonte mais substancial de renda. Isso pode envolver a venda de produtos, atividades de ensino ou outras iniciativas comerciais relacionadas ao artesanato na plataforma.

Figura 4 – Artesanato como principal fonte de renda



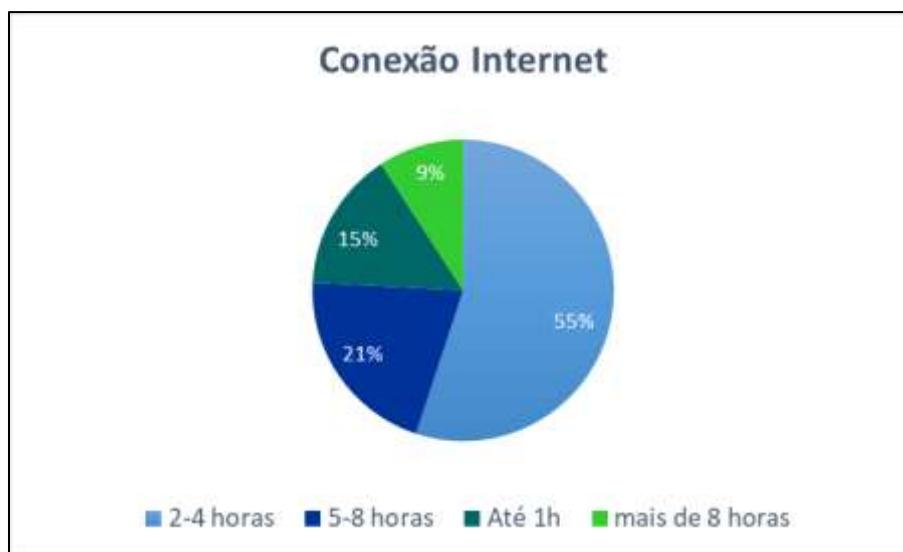
Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

3.7. Tempo de Conexão com Internet

A quantidade expressiva de respostas na categoria "2-4 horas", demonstrada na Figura 5, sugere que a maioria dos participantes mantém uma presença considerável nas redes sociais e na internet diariamente. Esse padrão indica um envolvimento substancial com plataformas digitais, algo que seria muito bom para a *beFree*.

Também, neste mesmo gráfico, as categorias "5-8 horas" e "Mais de 8 horas" sugerem a existência de usuários mais intensos, dedicando uma quantidade significativa de tempo diário às redes sociais e à internet. Isso mostra a tendência digital na comunidade de artesãos, o que seria uma oportunidade de negócios para a plataforma apresentada.

Figura 5 – Tempo de atividade do artesão na internet



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

3.8. Região de Atuação do Artesão

Na Figura 6, encontramos referências importantes a serem consideradas:

- a) A maioria das respostas na categoria "Localmente", sugere que a venda de produtos é principalmente especializada em uma área específica, o que facilita o crescimento de negócios em vista de produtos de qualidade e diferenciados.
- b) Já a presença significativa na categoria "Regionalmente" aponta para a expansão geográfica para além do mercado local, sugerindo uma expansão crescente em áreas próximas e destacando o potencial de crescimento em nível regional.
- c) Embora a categoria "Internacionalmente" tenha uma presença menor, o número de respostas sugere que alguns participantes estão na fase inicial de exploração do mercado internacional. Isso destaca um interesse crescente na expansão global.
- d) A categoria "Não vendo ainda" indica que há participantes que estão em estágios iniciais ou contemplativos no processo de venda, demonstrando a carência deste nicho para a entrada no empreendedorismo social, tão necessário para o crescimento e sucesso pessoal do artesão. A *beFree* viria para ajudar esses profissionais a encontrar clientes em potencial, aprender com experiências dos que já estão atuando no mercado há mais tempo e se reparando para um futuro mais promissor.

Figura 6 – Áreas de alcance de vendas do artesão



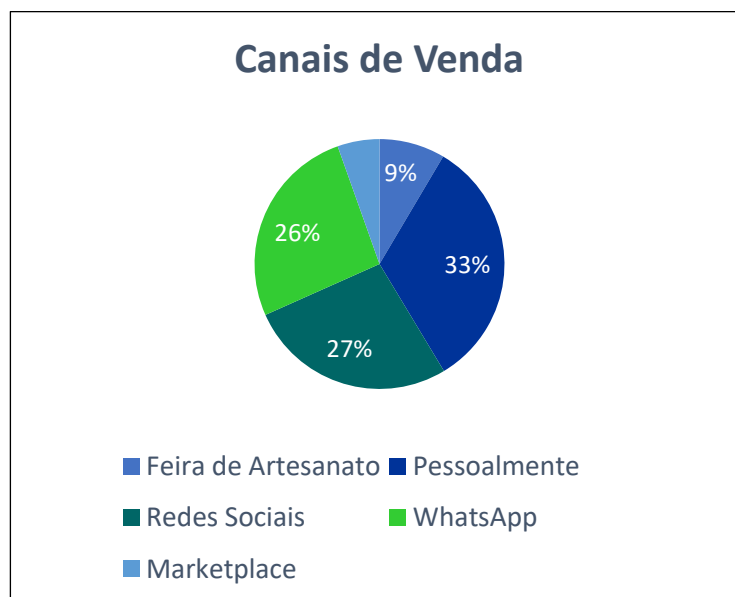
Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

3.9. Canais de Vendas

As respostas em “Redes sociais”, “WhatsApp” e “Marketplace”, conforme Figura 7, indicam uma forte presença digital e uma preferência por canais online. Essa tendência sugere que os participantes estão aproveitando as plataformas digitais para alcançar e interagir com os clientes.

A presença de respostas em múltiplas opções, como "Feiras de artesanato", "Redes sociais" e "WhatsApp", destaca a diversificação nas estratégias de venda. Isso pode indicar uma abordagem holística, abrangendo tanto canais presenciais quanto online.

Figura 7 – Principais canais de venda



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

4. METODOLOGIA

Nossa abordagem metodológica para investigar os impactos positivos de uma rede social de artesanato envolveu uma série de etapas fundamentais. A formulação das hipóteses baseou-se em uma revisão aprofundada da literatura relacionada ao artesanato, redes sociais e empreendedorismo social. Empregamos também, métodos quantitativos e qualitativos para obter insights abrangentes

A seguir, as principais etapas metodológicas que estão sendo utilizadas:

- a) **Pesquisa com artesãos:** realizamos entrevistas e questionários com artesões de diversas regiões do Brasil para compreender suas necessidades, desafios e aspirações. Essa pesquisa direta envolveu uma visão aprofundada das preocupações dos artesãos em relação à promoção de seu trabalho, alcance de mercado e interação com os clientes. Além disso, coletamos dados quantitativos para mensurar o potencial de mercado e dados qualitativos explorando as experiências e percepções dos participantes;
- b) **Prospecção do mercado:** Através de uma análise de mercado detalhada foi possível avaliar a demanda por produtos artesanais, revisão de dados demográficos, preferências do consumidor e concorrência no mercado de artesanato;
- c) **Levantamos as necessidades dos artesãos:** por meio de workshops e grupos focais, reunimos informações adicionais sobre as necessidades dos artesões em relação à promoção, vendas e desenvolvimento de seus negócios. Esses insights foram fundamentais para refinar nossa compreensão sobre as preocupações da comunidade artesanal.

5. *BUSINESS MODEL CANVAS*

Para desenvolver o modelo de negócios da rede social de artesanato, adotamos o *Business Model Canvas*, apresentado na figura 8. Essa ferramenta estratégica permitiu a integração de todas as informações obtidas durante a elaboração do artigo, além de identificar os principais pontos do estudo que se resumiu em definir os segmentos de clientes, as propostas de valor, canais de distribuição eficazes, fluxos de receitas, principais recursos, principais atividades, parceiros chaves, estrutura de custos e estratégias de relacionamento com o cliente, postos estes fundamentais para o sucesso da plataforma.

O modelo de negócio apresenta como a organização funciona, o que irá vender e em que formato, quem compra e quanta receita obterá (BLANCO, 2015). A ferramenta é visual, em quadro branco com blocos, cobrindo as principais áreas para um negócio.

Através do preenchimento das declarações designadas no Canvas, documentamos não apenas elementos-chave, mas também identificamos oportunidades de melhoria e inovação. Em suma, essa ferramenta foi uma peça fundamental no processo de visualização e planejamento deste plano de negócios aqui apresentado.

Essa abordagem metodológica abrangente nos permitiu investigar as hipóteses formuladas de maneira holística, levando em consideração as necessidades e perspectivas dos artesãos, a dinâmica do mercado e as possibilidades reais de desenvolvimento de uma rede social de artesanato.

Modelo de Negócios *Canvas* – *beFree* Artesanato

<p>Colaboradores Externos Parceiros Chaves</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plataforma de Pagamento; • Google; • Instagram; • Rádios Regionais; • Gráficas; • Jornais regionais; • Lojas de Armarinhos; • Emissora de TV. 	<p>Em ação! Principais atividades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Credenciar artesãos; • Manutenção do aplicativo/site; • Prestar suporte ao cliente; • Programação; • Marketing; • Controlar os orçamentos enviados. 	<p>Diferenciais e Propósitos Proposta de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facilidade de encontrar produtos artesanais exclusivos para consumidor; • Ampliar base de clientes para o artesão. • Facilidade em estreitar laços; • Acesso a grande variedade de produtos. • Facilidade na rastreabilidade dos produtos. • Facilidade para encontrar agenda de feiras e eventos.
<p>Inspiradores de Inovação Principais Concorrentes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Moira (http://www.moirabr.com.br/inicio/) • Elo7 (https://www.elo7.com.br/) • Artesanato Brasil (https://artesanatobrasil.net/) • Etsy (http://www.etsy.com/) • Ravelry (https://www.ravelry.com/) • Rede Asta (https://redeasta.com.br) 	<p>Método Principais recursos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sede (co-working); • Robô – Software/ Ferramentas de Análises; • Servidor/ Banco de Dados; • Internet; • Investimentos; • Tecnologia/ Inovação; • Programador; • Equipe de atendimento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aposta na tecnologia para que o meio artesanal prospere; • Facilidade de encontrar fornecedores confiáveis, de matéria prima de qualidade; • Troca de experiências entre os artesãos. • Facilidade para encontrar feiras de artesanatos.
<p>Estrutura de Custos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ativos fixos = R\$ 6000,00 - Despesas pré-operacionais = R\$ 30.500,00 - Custos totais nos 12 primeiros meses de operação = R\$ 72.000,00 <p>*Hospedagem e infraestrutura; manutenção e atualização de Software; suporte técnico e atendimento ao cliente; banco de dados; custos legais, documentação e despesas administrativas gerais.</p>		

Modelo de Negócios *Canvas* – *beFree* Artesanato (continuação)

<p>Conexão com os Clientes Relações com o Consumidor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Propagandas do que o software pode proporcionar ao consumidor e aos clientes; • Programa fidelidade; • Parcerias com lojas de armarinho para divulgação do software; • Incrementar a participação de artesãos através de tarefas (atingimento de metas/níveis), onde estes teriam mais vantagens (bônus) no uso do sistema. 	<p>Idealizadores e Usuários Segmentos de Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumidor final; • Artesãos de diversas áreas.
<p>Exposição do Software Canais de Distribuição</p> <ul style="list-style-type: none"> • Internet; • Redes sociais; • Rádio; • Panfletos; • Jornais; • Feiras. 	<p>Divulgação da Marca Comunicação de Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Folders; • Propagandas em rádios; • Propagandas na TV; • Panfletos; • Marketing Digital; • Parcerias com lojas; • Brindes Personalizados; • Linguagem formal dramática; • Grupo de artesanato no WhatsApp.
<p>Fluxos de Receitas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vendas nos 12 primeiros meses de operação = R\$ 45.969,00 - Patrocínios nos 12 primeiros meses de operação = R\$ 1.000,00 - Doações nos 12 primeiros meses de operação = R\$ 1.000,00 - Aporte (s) de capital de investidor (s) nos 12 primeiros meses de operação = R\$ 50.000,00 - Total nos 12 primeiros meses de operação = R\$ 97.969,00 <p>*Taxa Transação - 1% por produto vendido (valor do produto maior que R\$ 50,00);</p> <p>*Assinatura Premium – R\$ 19,99 para Artesãos;</p> <p>*Assinatura Premium – R\$ 9,99 para fornecedores;</p> <p>*Promoção de Conteúdo - R\$ 9,99 publicidade de produto específico por 15 dias.</p>	

6. O PAPEL TRANSFORMADOR DA TECNOLOGIA NA PRESERVAÇÃO CULTURAL

À medida que a tecnologia molda a forma como o mundo está sendo construído, é relevante ao nosso estudo entender como ela se relaciona com os fazeres da arte e, especificamente, como ela influencia o que é tratado neste artigo: o artesanato como prática de desenvolvimento econômico e sustentável, visando o empreendedorismo social.

A partir desta compreensão e diante de diversos estudos acerca da convergência crescente de artesãos e a inovação tecnológica, serão revisados nesta seção, trabalhos onde foram destacadas as principais tendências desse setor.

6.1. A Intermediação do Marketplace B2B2C

O APP/Web Moira é uma ferramenta parecida com outras já disponíveis no mercado como, por exemplo, a Elo7(nacional) e a *Etsy* (internacional), que já está em fase de validação no mercado. Ela traz a proposta similar ao *beFree*, porém ela atuará como um intermediário cobrando uma porcentagem significativa aos artesãos.

A idealizadora do app já está no ramo de artesanato há um bom tempo, o que faz ela aumentar a rede de contatos e fazer parceria com grandes fornecedores do ramo. Além disso, ela traz como pilar a tecnologia sendo a atual ponte entre artesãos e clientes.

6.2. De Artesãos à Empreendedores através da Inovação Tecnológica

A Rede Asta em parceria com e-commerce BemGlô, promove o acesso dos consumidores a produtos manuais, em um processo de colaboração entre empresas e artesãos. Essa ferramenta se apresenta como 'negócio social', além de incentivar o aprimoramento de técnicas através do autodesenvolvimento, utilizando-se do viés teórico educacional associado à prática cultural.

6.3. O Empreendedorismo Social dentro do contexto Artesanal

O artigo de extensão universitária 'Artesanato e Empreendedorismo Social em Prol da Sociedade' descreve o desenvolvimento do projeto intitulado "Empreendedorismo Social: Trabalho produtivo e digno para todos", cuja base foi apoiada em um estudo aprofundado sobre a disseminação de conhecimento de práticas utilizadas na produção de peças artesanais, com o intuito de criar experiências capazes de estimular competências de atividades empreendedoras.

7. A ALIANÇA INEXORÁVEL ENTRE O ARTESANATO E A TECNOLOGIA

O artesanato não é apenas uma forma de expressão cultural, mas também uma tradição que tem resistido ao teste do tempo. No entanto, a evolução é inevitável, e o artesanato não é

exceção. Com a introdução da tecnologia na produção artesanal, vemos uma síntese única entre métodos tradicionais e inovação tecnológica.

7.1. A Evolução do Artesanato

A evolução do artesanato é marcada por uma jornada notável ao longo da história, adaptando-se às demandas de cada era. Sua origem, porém permanece envolta em mistério, sem uma certeza definitiva. O crochê, por exemplo, pode ter surgido na China como “uma forma muito antiga de bordado conhecida na Turquia, Índia, Pérsia e Norte da África, que chegou à Europa por volta de 1700, conhecida como ‘*tambour*’ do francês, tambor. ” (SILVA, 2015.p.16).

Paludan (1995) afirma que “a história do artesanato é difícil de estabelecer antes do século XVIII, porque tão poucos exemplos podem ser encontrados antes deste período” e Silva (2015) complementa que há várias outras possíveis evoluções históricas, o autor aponta como sendo a primeira, provavelmente, na Arábia que teria disseminada a técnica através das rotas comerciais para leste, oeste e, também, para países do Mediterrâneo.



Figura 9 – Agulhas antigas feitas de diversos materiais

Fonte: [História do crochê: da origem à atualidade \(escoladeartesmanuais.com.br\)](http://historia.docroche.com.br)

Na Era Vitoriana, o artesanato atingiu seu auge, refletindo a opulência da época e, sob a influência da Rainha Vitória que ao tecer seus próprios adornos para os vestidos que usava, estimulou a produção de peças intrincadas, destacando o artesanato como expressão artística e símbolo de status. Esse período deixou um legado, moldando a valorização contemporânea pelo artesanato, que se renova e preserva suas raízes, incorporando as inovações do século XXI.

Figura 10 – *Pierre-Auguste Renoir Woman Crocheting, ca. 1875*



Fonte: [Pierre-Auguste Renoir | Woman Crocheting \(ca. 1875\) | Artsy](#)

No Brasil, o artesanato tem suas origens nas práticas das comunidades indígenas que já utilizavam técnicas de tecelagem e bordado. Com a colonização portuguesa, houve uma interação dessas tradições com influências europeias, resultando em um rico conjunto de habilidades artesanais e, durante o período colonial, o trabalho manual foi de fundamental importância para a confecção de peças de vestuário, enxovais e itens decorativos.

Com o tempo, essa tradição evoluiu, inserindo elementos da cultura africana e de outras regiões do país. No século XX, o movimento de preservação cultural e valorização do artesanato brasileiro ganhou destaque, impulsionando a produção de peças únicas e autênticas, revelando a maestria e a criatividade dos artesãos brasileiros.

No entanto, a evolução é inevitável e o artesanato não é exceção, porém, a despeito do que se esperava, com a introdução da tecnologia na produção artesanal vemos um crescimento deste mercado em proporções animadoras.

7.2. O Artesanato na Era Digital

O papel do artesão está sendo redefinido em meio à tecnologia presente em tudo e em todo lugar, onde inovações digitais e automação moldam o panorama da produção. Mas o que se percebe é que o trabalho manual não é apenas preservado, mas também revitalizado pela integração de tecnologias avançadas, demonstrando a adaptabilidade única do artesanato diante dos desafios contemporâneos. Dessa forma, a Era Digital não ameaça a essência artesanal, pelo contrário, oferece novas possibilidades, permitindo a criação de peças únicas impulsionadas pela fusão harmoniosa entre habilidades manuais e ferramentas digitais.

É o Artesanato 4.0 definido pela integração de tecnologias avançadas na produção artesanal, com a inclusão de máquinas inteligentes, automação e até mesmo inteligência artificial para aprimorar a qualidade e eficiência do processo de fabricação e marketing digital.

Diante disso, as plataformas digitais destacam-se como uma força motriz essencial, oferecendo uma vitrine global ao alcance de um simples toque dos dedos.

7.3. Conectando Artesãos ao Mundo: Plataformas Digitais

A digitalização não é mais uma escolha, mas sim um requisito essencial para alcançar mercados mais amplos e permanecer competitivo. Estratégias eficientes e inovadoras são essenciais para prosperar no ambiente online, da presença em redes sociais à otimização de motores de busca, são diversas as facetas que compõem uma estratégia digital bem-sucedida, que não apenas impulsionam a visibilidade, mas posicionam os artesãos num ambiente amigável e propício ao crescimento profissional.

Para acompanhar esse ritmo crescimento, algumas ações são primordiais por parte dos empreendedores artesãos. Segundo Durce, as ações no mundo digital precisam ser introduzidas com mais força e organização. “Ainda há muitas pessoas que não separam, por exemplo, a página pessoal da empresarial. É preciso criar identidade visual, fazer boas fotos e ter protocolos de atendimento”, indica. “Sabemos que, muitas vezes, há uma dificuldade nesse aspecto. Muitos artesãos ainda trabalham informalmente, mas a comunicação no digital pode auxiliar os negócios a escalarem para níveis internacionais”, complementa a analista. A busca pela ampliação da rede de contato e novas parcerias também é apontada por Durce como fundamentais. SEBRAE (2022)

O advento de plataformas digitais abriu um novo mundo de possibilidades, desde *marketplaces* online até plataformas de *crowdfunding*. Plataformas consolidadas não apenas amplia o alcance, mas também constrói credibilidade e confiança entre os consumidores. Em um mercado saturado, a inovação não é apenas desejável; ela é imperativa.

Essas ferramentas proporcionam aos artesãos acesso a mercados globais, impulsionando as vendas e promovendo a diversidade cultural, além de traçar uma nova perspectiva ao reformular e alavancar a abordagem ao cliente feita diretamente pelo artesão, valorizando o criador e sua arte e propiciando assim um novo significado ao trabalho manual: o nascimento do empreendedor social.

8. DESCOBRINDO OS SEGREDOS DO MERCADO NO SETOR DE ARTESANATO

8.1. Identificação Mercadológica

O mercado de produtos artesanais refere-se a um setor comercial que engloba peças criadas de forma manual, muitas vezes por artesãos individuais ou pequenos grupos. Esses produtos destacam-se pela sua singularidade, autenticidade e qualidade de acabamento. Diferentemente de produtos produzidos em larga escala, os artesanais, na maior parte das vezes, são feitos em pequenas quantidades, priorizando a atenção aos detalhes e destacando a habilidade manual do artesão.

Além disso, se evidencia, também, a originalidade e a história por trás de cada peça. Em seu ofício, o artesão promove práticas sustentáveis que estão intrinsecamente ligadas à valorização da cultura e das tradições da comunidade onde se insere, refletindo a diversidade e a habilidade artística de diferentes regiões. Nos últimos anos, o crescimento da demanda por produtos artesanais tem impulsionado a expansão do mercado para plataformas digitais, proporcionando aos artesãos novas oportunidades de vendas e a ampliação do mercado consumidor.

8.2. Conhecendo o Público-Alvo

A *beFree* promove uma integração coesa de dois perfis distintos, estimulando um ecossistema colaborativo que impulsiona o crescimento sustentável dos empreendimentos artesanais e a possibilidade do encontro com seus potenciais consumidores.

Ao construir pontes entre a autenticidade do artesanato e as possibilidades ilimitadas da tecnologia, é estabelecido um cenário propício para o surgimento de negócios sustentáveis, contribuindo para a valorização do trabalho manual e promovendo uma experiência enriquecedora para ambos os lados dessa relação digital. São eles:

8.2.1. Usuário/Artesão

Oriundos de diversas localidades, em sua maioria mulheres, traduzem suas emoções por meio das tramas, transformando linhas e o que mais houver em um idioma único de expressão. Suas criações não são apenas produtos finais; são testemunhos tangíveis de um processo artístico que transcende o pragmatismo e mergulha na esfera do sentimentalismo em uma manifestação de dedicação que se reflete não apenas nas peças produzidas, mas também nas histórias contadas por trás de cada uma delas.

Este perfil emerge como figura central dentro dessa proposta digital inovadora, abraçam a tecnologia como aliada na promoção de suas criações únicas, comprometidos com a qualidade e autenticidade de seus produtos. Muitos são empreendedores individuais, gestores de pequenos negócios ou membros de cooperativas artesanais.

Têm, nas plataformas digitais, uma vitrine global para seus talentos. Estão integrados ao mundo virtual, exploram novidades nas redes, participam de cursos online para aprimorar suas técnicas e buscam incessantemente novas tendências no universo do artesanato. A

tecnologia, para estes artesãos, não é apenas uma ferramenta de vendas, mas também um meio de se conectarem com um público mais amplo, estabelecendo um diálogo direto e enriquecedor.

8.2.2. Usuário/Consumidor

A busca por produtos artesanais únicos, aliada à preocupação com a sustentabilidade, traz um público-alvo específico, porém vasto e, relativamente, ignorado. Trata-se de um perfil de consumidor mais consciente e sensível.

A imersão no universo dos produtos artesanais revela características distintivas neste perfil, são guiados por valores específicos e um apreço por experiências singulares, valorizam a originalidade, buscam peças peculiares e se preocupam com o que acontece por trás do processo artesanal. A sensibilidade ambiental é uma marca desse nicho, com preferência por produtos sustentáveis e práticas *eco-friendly*.

A apreciação pela arte e artesanato é inerente a este consumidor. Ele é capaz de perceber o valor do trabalho manual e a habilidade artística envolvida no processo como um todo; além disso, há uma clara inclinação em apoiar produtores locais, entende a compra como forma de contribuir com a economia regional e com a manutenção de tradições culturais importantes.

A experiência de compra personalizada é um diferencial, destacando-se das transações impessoais em grandes redes, afinal, para este público, a exclusividade é um fator-chave e não encontrada facilmente no setor varejista.

8.3. Empreendedorismo Social - Uma Nova Perspectiva

A convergência do artesanato com estratégias digitais inovadoras está transformando o artesão comum em um potencial empreendedor, que encontra, neste novo lugar, vastas e desafiadoras oportunidades. Não se trata aqui de uma adaptação ao mundo online, mas sim um novo jeito de olhar e conduzir seu próprio negócio.

O empreendedorismo social tem ganhado destaque como uma abordagem inovadora para resolver problemas sociais enquanto gera receita sustentável. No artesanato, esse movimento entra em cena, conectando artesãos a plataformas digitais, ampliando seu alcance e ultrapassando a comercialização local, se fazendo notar à consumidores em diferentes regiões do país, que buscam por produtos exclusivos, personalizados e capazes de criar memórias afetivas.

Isso porque o “autêntico” tem sobre nossas sensibilidades um efeito tranquilizador: os produtos “a moda antiga”, associados a um imaginário de proximidade, de convivialidade, de “bons e velhos tempos” (a aldeia, o artesão, o amor ao ofício), vêm exorcizar o desassossego dos neo-consumidores obcecados com segurança de todo tipo, desconfiados da industrialização do comestível (LIPOVETSKY, 2004, p. 90)

Na interseção entre tradição e inovação, o artesanato brasileiro tem testemunhado uma transformação notável com a ascensão da tecnologia, criando uma simbiose dinâmica entre técnicas artesanais e ferramentas tecnológicas, impulsionando a arte tradicional, fortalecendo o empreendedorismo social e cultivando as tradições culturais.

8.4. Impacto Ambiental e Cultural Positivo

O cenário contemporâneo testemunha uma aliança singular entre duas forças aparentemente distintas: o artesanato, uma expressão intrínseca da cultura e tradição, e a tecnologia, um impulsionador incessante da inovação. Apesar de aparentemente antagônicos, é possível, com o intuito de preservação das tradições culturais, usar a tecnologia como principal ferramenta para proteção do legado cultural que permeia qualquer comunidade. A criação de projetos inovadores, como a digitalização de técnicas ancestrais e a criação de acervos virtuais, não apenas protegem as tradições locais que alimentam a história da sociedade, mas também educam as gerações futuras sobre a importância do artesanato na identidade cultural.

O artesanato, há séculos, tem desempenhado o papel de guardião dessa identidade e, em suas intrincadas formas, vemos não apenas produtos habilmente elaborados, mas também narrativas culturais transmitidas de geração em geração. Brancher (2018) afirma que "a internet, através de seu amplo alcance, vem possibilitando que técnicas artesanais características de uma região possam ser aprendidas por pessoas de todas as partes do mundo". Assim, percebe-se de uma maneira sutil, como o entrelaçamento de fios e o esculpir de materiais tradicionais são mais do que meros atos; são declarações sobre a riqueza e a diversidade da herança de um povo.

Aqui, neste documento, se reafirma a adoção de métodos de produção *eco-friendly*, destacando o setor como um exemplo de responsabilidade social e ambiental, atendendo à crescente demanda por práticas com menor impacto ao meio ambiente. Nesse ínterim, a *beFree* se apresenta como uma plataforma inovadora que conecta artesãos e consumidores diretamente, expandindo seu alcance e contribuindo para o crescimento econômico sustentável.

9. CONCLUSÃO

Portanto, disponibilizar técnicas de abordagem eficientes, produtos ou serviços excepcionais, estar perto, para dirimir dores que os clientes não percebem, isso tudo em um ambiente amigável e acolhedor, tanto para o artesão quanto para o consumidor, além de totalmente online, esta é a proposta que a *beFree* pretende criar e oferecer ao seu público.

Não é apenas uma tendência passageira, mas uma revolução que veio para ficar. Ao adotar estratégias digitais eficientes, aproveitar o poder das plataformas online e priorizar a inovação contínua que irá fomentar o empreendedorismo social, os artesãos "digitais" estão moldando o futuro da economia criativa e redefinindo os parâmetros do sucesso empresarial.

Esses artesãos contam uma história de resiliência, inovação e conexão global. À medida que olhamos para o futuro, vislumbramos um cenário onde o artesanato não apenas preserva tradições, mas também impulsiona comunidades e inspira empreendedores a alcançarem novos horizontes.

E é neste sentido que a *beFree* pode se tornar um trampolim para o sucesso do artesão, transportando-o a um novo lugar, até então inalcançável, da sociedade. Estaremos então testemunhando, não apenas o renascimento do artesanato, mas também sua transformação em uma força vital no panorama do empreendedorismo social.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

ASN NACIONAL. Artesanato vive movimento de crescimento de demanda e do número de profissionais cadastrados. Disponível em: <<https://agenciasebrae.com.br/cultura-empREENDEDORA/artesanato-vive-movimento-de-crescimento-de-demanda-e-do-numero-de-profissionais-cadastrados/>>. Acesso em: 22 out. 2023.

BRANCHER, Nicole Rochele Cardoso. et al. Reflexões acerca do consumo de artesanato na internet. *Temática*, Ano XIV, n. 9. p.191-203, set.2018.

GOETHE, J. W. (2005). Arte e artesanato (M. A. Werle, Trad.). In M. A. Werle. *Escritos sobre a arte: Johann Wolfgang Goethe* (pp. 87-89). São Paulo: Humanitas; Imprensa Oficial do Estado de São Paulo. (Obra original publicada em 1797).

IFAM/CMC. Empreendedorismo Social – Trabalho produtivo e digno para todos! Instituto Federal Amazonas, Campus Manaus Centro. Disponível em: <<https://doity.com.br/empreendedorismo-social-ifam>>. Acesso em: 01 nov. 2023.

LIPOVETSKY, Gilles. Os tempos hipermodernos. Trad. Mario Vilela. São Paulo: Barcarolla, 2004.

MENESES, José Newton Coelho. Patrimônio e Memória. *UNESP – FCLAs – CEDAP*, v. 5, n.2, dez. 2009, p. 19-33.

MIRANDA, A. C., Lirio, V. S., & Souza, S. C. (2007). Condicionantes da competitividade da cadeia produtiva do artesanato no município de Aimorés, Minas Gerais. *Organização e Sociedade*, 14(40), 49-53.

MOIRA APP. Disponível em: <<http://www.moirabr.com.br/inicio>>. Acesso em: 13 nov. 2023.

PALUDAN, Lis. *Crochet History Technique*. Interweave Press, 1995. Disponível em: <https://pdfgoes.com/downloads/crochet_history_technique_paludan_lis>. Acesso em: 29 out. 2023.

PAVIANI, Jayme. *Estética mínima: notas sobre a arte e literatura*. 2. ed. Porto Alegre: EDIPU-CRS, 2003.

REDE ASTA. Disponível em: <<https://www.redeasta.com.br/>>.

SILVA, Bruna Vilas Bôas da. *Crochê: O resgate cultural e seus arsenais na prática do designer de moda*. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso Tecnologia em Design de Moda - Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana, 2015

A. APÊNDICE: PESQUISA REALIZADA PARA VALIDAÇÃO DE HIPÓTESES

A1. Introdução

Conduzimos uma pesquisa online com o propósito de validar as hipóteses formuladas durante o desenvolvimento deste documento. Esta etapa desempenha um papel crucial na consolidação e na verificação das suposições feitas, contribuindo significativamente para a robustez e credibilidade dos resultados obtidos. A seguir, apresentaremos os detalhes deste processo.

A2. Tipo de pesquisa

Buscando trazer uma base sólida para o presente estudo, foi realizada coleta de dados por meio de pesquisa descritiva quantitativa, utilizando-se de um questionário estruturado para um grupo específico de indivíduos. Barbour e Kitzinger (1999) apontam a importância de selecionar participantes inseridos no meio tratado pelo tema abordado aqui e que tenham a vivência necessária para opinar sobre as questões que afetam os aspectos mais relevantes.

A população de estudo englobou artesãos de todas as regiões do país, por meio de uma seleção criteriosa de grupos em redes sociais, como *WhatsApp* e *Facebook*, além de alcançar, através de integrantes desses grupos, associações e comunidades responsáveis por organização de feiras e workshops, totalizando um alcance estimado de 1000(mil) pessoas.

Obtivemos uma amostra representativa de 206 formulários efetivamente respondidos e, considerada a taxa de 20% de retorno, foi possível uma compreensão ampla e ao mesmo tempo objetiva do ambiente estudado nível de acuidade significativo.

A3. Composição do Questionário

- **Tema:** *“Descobrimo a Conexão entre Artesanato e Tecnologia: Desafios e Oportunidades”*
- **Apresentação:** *“Somos estudantes do curso de Informática para Negócios da Fatec Rio Preto e estamos desenvolvendo um artigo para a finalização da nossa graduação.”*
- **Objetivos:** compreender a experiência do artesão na venda online, identificar os desafios e obstáculos enfrentados em seu cotidiano e coletar, por meio de feedback, quais são as reais dificuldades na busca de apoio e recursos para aprimorar ainda mais a trilha no encantamento do artesanato através da tecnologia.
- **Método de Coleta:** os dados foram obtidos a partir da ferramenta Microsoft Forms, por meio de um questionário composto por 18 perguntas híbridas (objetivas e discursivas).
- **Tempo médio de conclusão:** 4m54s
- **Período de aplicação:** 14/10/23 à 30/10/23
- **Agradecimentos:** *“A todos (as) artesãos (ãs) por participarem de nossa pesquisa sobre os desafios encontrados no mundo do artesanato em consonância com as atuais tecnologias e por dedicarem seu tempo para contribuírem com nosso estudo por meio de suas perspectivas e experiências.”*

A4. Questionário

1) Qual a sua Cidade/Estado?

2) Qual a sua faixa etária?

- Até 18 anos
- 19 a 30
- 31 a 50
- Acima de 50

3) Há quanto tempo você trabalha com artesanato?

- Até 1 ano
- 2-4 anos
- 5-10 anos
- Mais de 10 anos

4) O artesanato é a sua principal fonte de renda?

- SIM
- NÃO
- Faço por hobby

5) Quantas horas, por dia, você costuma ficar conectado (a) nas redes sociais e internet?

- Até 1h
- 2-4 horas
- 5-8 horas
- Mais de 8 horas

6) De qual (ou quais) grupos de artesanato você faz parte?

- Cooperativa
- Associação
- Sindicato
- Não faço parte de nenhum grupo

7) Qual o principal perfil dos seus clientes?

- Feminino
- Masculino
- Ambos
- Infantil

8) Quem vende seus produtos?

- Você (venda direta ao consumidor)
- Terceirizado (revende seus produtos)
- Empresas (fornecem para outras marcas)

9) Para quem você vende seus produtos?

- Localmente
- Regionalmente
- Nacionalmente
- Internacionalmente
- Não vendo ainda

10) Caso tenha assinalado a última opção na questão anterior, explique o porquê.

11) Qual o seu processo de produção?

- Mantenho um estoque de produtos
- Vendo sob encomenda
- Consumo próprio, família e/ou amigos

12) Você participa das feiras de artesanato?

- SIM
- NÃO

13) Como você fica sabendo das feiras de artesanato?

- Grupos de Artesanato WhatsApp
- Internet
- Rádio
- Redes Sociais
- Revistas
- TV

14) Como você divulga seus trabalhos?

- Feiras de artesanato
- Pessoalmente
- Redes sociais
- Marketplace
- WhatsApp

15) Através de qual (ou quais) canais você vende seus produtos?

- Feiras de artesanato
- Pessoalmente
- Redes sociais
- Marketplace
- WhatsApp

16) Por qual (ou quais) canais de comercialização você vende mais?

- Feiras de artesanato
- Marketplace
- Pessoalmente
- Redes sociais
- WhatsApp

17) Em qual (ou quais) canais você tem mais potencial de crescimento de vendas?

- Feiras de artesanato
- Marketplace
- Redes sociais
- Pessoalmente
- WhatsApp

18) Em qual (ou quais) canais de comercialização você tem mais facilidade em encontrar cliente?

- Feiras de artesanato
- Marketplace
- Pessoalmente
- Redes sociais
- WhatsApp

A5. Principais fatores analisados

- Faixa etária;
- Métodos de divulgação e venda;
- Zona de abrangência;
- Tempo de utilização de redes;
- Necessidades (dores) observadas.

A6. Conclusão

A apuração destes dados nos forneceu uma visão ampla e objetiva das variáveis em estudo, revelando padrões e tendências importante que proporcionaram uma compreensão mais profunda do plano de negócios aqui apresentado.

A abordagem empregada viabilizou a composição de uma base sólida para a tomada de decisões, destacando, assim, a importância dessa metodologia na produção de conhecimentos relevantes e aplicáveis ao contexto proposto. Estes, foram demonstrados de forma detalhada no item 3, Seção de Discussões e Resultados, do presente artigo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALENCAR, F. R.; et.al. Programa de Mestrado Profissional em Educação, Gestão e Difusão em Biociências (MP-EGeD), Instituto de Bioquímica Médica Leopoldo de Meis (IBqM), Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, Brasil. Disponível em: < Origem e peculiaridades da pesquisa de fenômenos sociais nas ciências com o uso de grupos focais - Ensino Superior Unicamp >. Acesso em: 20 nov. 2023.