



**FACULDADE VIASAPIENS – FVS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

MARIA GABRIELA PORTELA NUNES

**O EMPREENDEDORISMO SOCIAL EM PINDOGUABA: VIABILIDADE ECONÔMICA
DO USO DA FIBRA DO CROÁ**

Tianguá – CE

2024

MARIA GABRIELA PORTELA NUNES

**O EMPREENDEDORISMO SOCIAL EM PINDOGUABA: VIABILIDADE ECONÔMICA
DO USO DA FIBRA DO CROÁ**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à banca examinadora da Faculdade ViaSapiens, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof^o Me. Francisco Alves de Souza Neto.

TIANGUÁ

2024

MARIA GABRIELA PORTELA NUNES

**PERCEPÇÕES SOBRE O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM UMA INSTITUIÇÃO
EDUCACIONAL NO MUNICÍPIO DE TIANGUÁ**

Artigo apresentado à Faculdade ViaSapiens, como exigência parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

MARIA GABRIELA PORTELA NUNES

O EMPREENDEDORISMO SOCIAL EM PINDOQUABA: VIABILIDADE ECONÔMICA DO
USO DA FIBRA DO CROÁ.

Artigo apresentado à Faculdade ViaSapiens, como exigência parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Aprovado em: 02 / 12 / 2024.

BANCA EXAMINADORA:

Fr. Alves de Souza Neto

Orientadora: Prof^o Me. Francisco Alves de Souza Neto

Iara Tâmara Pessoa Paiva

Membro: Prof^o Me. Iara Tâmara Pessoa Paiva

Antônio Manuel Cardoso Correia

Membro: Prof. Esp. Antônio Manuel Cardoso Correia

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	14
2. ORIGEM E EVOLUÇÃO DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL COMO FONTE DE RENDA	14
2.1. Conceitos e Definições de Empreendedorismo Social	16
2.2. Características do Empreendedorismo Social	16
3. CONCEITOS BÁSICOS DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL,	17
3.1. TEORIA DAS HABILIDADES DE AMARTYA SEN	17
3.2. TEORIA DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO	17
3.3. TEORIA DA VANTAGEM COMPETITIVA E SUSTENTABILIDADE ECONÔMICA	18
3.4. TEORIA DO VALOR SOCIAL NO EMPREENDEDORISMO	18
4. EXEMPLOS DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL	19
4.1. MUHAMMAD YUNUS E O BANCO GRAMEEN: UM EXEMPLO DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL	19
4.2. REDE ASTA	20
4.3. FLOR DO CROÁ	20
5. VIABILIDADE DE GERAÇÃO DE RENDA ATRAVÉS DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL	21
6. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	21
7. DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	23
7.1. PERFIL DOS PARTICIPANTES	23
7.2. CUSTOS, RENDA E VIABILIDADE ECONÔMICA	24
7.3. IMPACTO DO ARTESANATO NA COMUNIDADE	25
8. ANÁLISE GERAL E FUNDAMENTAÇÃO	25
CONCLUSÃO:	26
REFERÊNCIAS	27
ANEXO I	29
DECLARAÇÃO DE CORREÇÃO GRAMATICAL	32

LISTA DE TABELAS

Lista de Tabelas

Tabela 1 – Perfil dos Participantes	20
Tabela 2 – Custos, Renda e Viabilidade Econômica	21
Tabela 3 – Impacto e Empreendedorismo Social	22

RESUMO:

O presente estudo tem como objetivo analisar a viabilidade econômica e o impacto social do empreendedorismo social por meio da produção artesanal utilizando a fibra da flor do croá nas comunidades Flor do Croá e Pindoguaba. A pesquisa investiga a geração de renda, as oportunidades de emprego e o fortalecimento do capital social a partir dessa atividade. A abordagem metodológica adotada foi mista, combinando métodos qualitativos e quantitativos. Foram realizadas entrevistas com artesãos da comunidade, além de questionários estruturados para entender a dinâmica da produção artesanal, os custos envolvidos e a renda gerada. Os resultados indicam que, embora a atividade apresente limitações financeiras, com renda insuficiente para cobrir os custos de alguns participantes, ela tem um impacto significativo na preservação cultural e no fortalecimento da identidade local. O estudo sugere que, para aumentar a viabilidade financeira e expandir a produção, é essencial o apoio por meio de capacitação, financiamento e a criação de redes de apoio. A pesquisa conclui que o artesanato com a flor do croá tem potencial para gerar impacto econômico positivo, desde que receba suporte adequado, tornando-se um modelo de negócio sustentável é um exemplo de empreendedorismo social.

Palavras-chave: Empreendedorismo social, viabilidade econômica, fibra do croá, Pindoguaba, artesanato sustentável, geração de renda, impacto social.

ABSTRACT:

In the towns of Flor do Croá and Pindoguaba, the current study intends to examine the social impact and economic feasibility of social entrepreneurship through artisanal manufacturing using the fiber of the croá flower. The study looks into how this activity contributes to the creation of income, job prospects, and social capital. Qualitative and quantitative methodologies were used in a mixed-methods approach. In order to comprehend the dynamics of artisanal production, the expenses incurred, and the revenue produced, organized surveys and interviews with local artisans were undertaken. The findings show that despite the activity's financial constraints—some participants may not make enough money to pay their expenses—it significantly contributes to local identity development and cultural preservation. According to the report, in order to community craftsmen, as well as organized questionnaires to comprehend the costs, income, and dynamics of artisanal production. The findings show that despite the activity's financial constraints—some participants may not make enough money to pay their expenses—it significantly contributes to local identity development and cultural preservation. According to the report, in order to enhance production and improve financial viability, assistance through finance, network building, and training is crucial. According to the research, if given the right support, crafting with the croá flower has the potential to have a good economic impact and develop into a sustainable business model and social entrepreneurship.

Keywords: Social entrepreneurship, economic viability, fibra do croá, Pindoguaba, sustainable handicraft, income generation, social impact.

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo social tem se mostrado uma estratégia eficiente para lidar com os problemas econômicos e sociais em comunidades em situação de vulnerabilidade, proporcionando opções sustentáveis para a criação de renda. Segundo Bansal, Garg e Sharma (2019), o empreendedorismo social tem se mostrado uma estratégia eficiente para lidar com os problemas econômicos e sociais em comunidades em situação de vulnerabilidade, proporcionando opções sustentáveis para a geração de renda. Conforme Bansal, Garg e Sharma (2019) afirmam, o empreendedorismo social tem se destacado como um recurso eficaz para solucionar questões sociais, auxiliando na elaboração de soluções inovadoras que satisfazem as demandas das comunidades e produzem um impacto positivo. Este tipo de empreendedorismo procura harmonizar a viabilidade econômica com o estímulo a transformações sociais, representando uma oportunidade crucial para o progresso local.

O empreendedorismo social tem se destacado como um recurso eficaz para solucionar questões sociais, auxiliando na elaboração de soluções inovadoras que satisfazem as demandas das comunidades e produzem um impacto positivo. Este tipo de empreendedorismo procura harmonizar a viabilidade econômica com o estímulo a transformações sociais, representando uma oportunidade crucial para o progresso local.

Este trabalho se concentra na avaliação da viabilidade financeira de um projeto de empreendedorismo social que utiliza a flor do Croá (*Neoglasiovia variegata*), uma planta típica do bioma Caatinga, cuja fibra é empregada na fabricação de vários artesanatos. O uso dessa matéria-prima na produção de produtos artesanais como cestos, chapéus, esteiras e linhas de pesca proporciona uma importante fonte de renda, fomentando o crescimento econômico e a inclusão social.

Este estudo visa explorar como a exploração do Croá, inserida em um contexto de empreendedorismo social, pode auxiliar na criação de renda. O estudo procura compreender os principais obstáculos que os artesãos enfrentam, reconhecer as possibilidades de expansão e investigar estratégias para tornar o processo mais duradouro a longo prazo. A expectativa é que esta pesquisa forneça percepções valiosas sobre o desenvolvimento de modelos de negócios que unem cultura, sustentabilidade e viabilidade financeira, oferecendo uma resposta eficiente para a criação de novas fontes de renda.

2. ORIGEM E EVOLUÇÃO DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL COMO FONTE DE RENDA

O empreendedorismo social emergiu como uma nova estratégia inovadora que une o impacto social e a geração de renda. Este campo possui uma conexão sólida vinculado à atuação de organizações não governamentais (ONGs) e à responsabilidade social corporativa (RSC), segmentos que visavam ampliar suas a captação de recursos, além da filantropia. Do ponto de vista García-Jurado, Pérez-Barea e Nova (2021), "esse fenômeno emergiu de duas correntes paralelas dentro do campo da gestão organizacional; de um lado, a organização não governamental (ONG) e a tradição voluntária e, de outro, o mundo da ética empresarial e da responsabilidade social corporativa (RSC)". As bases do empreendedorismo social foram desenvolvidas por essas raízes que, tradicionalmente, são organizações que se sustentavam através de estratégias focadas em doações e subsídios. À medida que o crescimento se ampliava, a necessidade por soluções sociais permanentes se ampliava. Houve a carência de novas práticas, sendo independentes, fazendo com que dessa maneira gerasse renda, que se estabelecia cada vez mais, de forma que o setor passou a gerar renda de maneira autossustentável, reduzindo a necessidade de doações como principal fonte de financiamento. Promovendo o desenvolvimento de uma nova abordagem para a gestão de recursos. práticas, sendo independentes, fazendo com que dessa maneira gerasse renda, que se estabelecia cada vez mais, de forma que o setor passou a gerar renda de maneira autossustentável, reduzindo a necessidade de doações como principal fonte de financiamento. Promovendo o desenvolvimento de uma nova abordagem para a gestão de recursos.

Como afirma Chell (2007):

As empresas sociais devem ser autossustentáveis e empreendedoras, incorporando a criação de valor social e econômico, para melhor se alinharem à definição de empreendedorismo.

Com esse entendimento de realidade, ampliou-se o conceito de empreendedorismo, passando a englobar empresas sociais que geram valor tanto financeiro quanto criam valor social simultaneamente.

Com potencial de gerar recursos financeiros, evidencia-se o empreendedorismo social, ferramenta essencial para ser um agente em contextos vulneráveis. Em que desenvolvimento o crescimento econômico e social se desenvolve em conjunto. Segundo García-Jurado, Pérez-Barea e Nova (2021), essa vertente segue em expansão com pesquisas focadas na "medição de impacto social, filantropia de risco e organizações híbridas", com potencial de gerar recursos financeiros, evidencia-se o empreendedorismo social, ferramenta essencial para ser um agente em contextos vulneráveis. Em que desenvolvimento o crescimento econômico e social se desenvolve em conjunto. Segundo García-Jurado, Pérez-Barea e Nova (2021), essa vertente segue em expansão com pesquisas focadas na "medição de impacto social, filantropia de risco e organizações híbridas". Que integram aspectos de entidades sem fins lucrativos com empresas tradicionais. Diante disso, o empreendedorismo social emerge não só como um agente de mudança social, mas como uma alternativa viável de fonte de renda para empreendedores comprometidos com causas sociais.

2.1. Conceitos e Definições de Empreendedorismo Social

No campo do empreendedorismo social, tem como objetivo gerar um impacto social benéfico na sociedade, priorizando soluções que sejam financeiramente viáveis. Para Bornstein (2004), o empreendedorismo social é um conjunto de práticas que visa o desenvolvimento e a criação de negócios que abordam demandas da sociedade,

impulsionando desenvolvimento econômico sustentável. Diferente do modelo tradicional de empreendedorismo, valoriza tanto o impacto social quanto a autossustentação financeira, garantindo que as empresas sociais não precisam de doações e reinvestem seus lucros para expandir suas atividades e seu impacto (CHELL, 2007). De acordo com Chell (2007), “as empresas sociais devem ser autossustentáveis e empreendedoras, incorporando a criação de valor social e econômico para melhor se alinharem à definição de empreendedorismo”.

Para uma iniciativa social ter sucesso a longo prazo, depende de equilibrar a criação de valor social e a geração de renda, garantindo recursos suficientes. Reinvestidos na expansão do impacto social, o que é crucial para o fortalecimento das comunidades atendidas (KRUSE; WACH; WEGGE, 2020).

2.2. Características do Empreendedorismo Social

As características do empreendedorismo distinguem gerar lucro e atingir a viabilidade econômica. Segundo Dees (2001), três elementos principais caracterizam o empreendedorismo social:

- **Mapeamento de uma condição de exclusão:** os empreendedores detectam barreiras que afetam o desenvolvimento de comunidades vulneráveis devido a barreiras econômicas e sociais. A partir dessa percepção, os empreendedores buscam alternativas para mudar essas condições.

- **Oportunidade de geração de valor social e econômico:** Uma característica fundamental do empreendedorismo social é a habilidade de identificar oportunidades para solucionar questões sociais de forma economicamente viável. Isso implica criar propostas de valor que possam gerar renda, gerar empregos e impulsionar o desenvolvimento econômico, ao mesmo tempo que atendem diretamente às demandas da comunidade.

- **Criação de um modelo econômico sustentável:** O empreendedor social procura desenvolver um sistema que seja economicamente sustentável, gerando um efeito positivo duradouro. Este modelo possibilita que as vantagens obtidas pela ação sejam reinvestidas, expandindo a abrangência e a habilidade de mudança da organização (DEES, 2001).

Fischer, Nodari e Feger (2008) também descrevem os empreendedores sociais como resistentes e inovadores, com competências para converter adversidades em oportunidades econômicas e sociais. Essas qualidades proporcionam a habilidade de estabelecer modelos de negócios que fomentem a inclusão econômica, auxiliando na geração de renda e na sustentabilidade financeira da comunidade.

De acordo com Dees (2001), o empreendedorismo se diferencia por gerar lucro e alcançar a viabilidade econômica.

3. CONCEITOS BÁSICOS DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL,

3.1. TEORIA DAS HABILIDADES DE AMARTYA SEN

A teoria das habilidades de Sen (1999) fornece uma base para o empreendedorismo social, ao declarar que o autêntico crescimento econômico se dá quando as liberdades e oportunidades dos indivíduos são expandidas. No âmbito do empreendedorismo social, essa teoria propõe que as ações voltadas para a geração de renda e inclusão econômica

potencializam as habilidades individuais, possibilitando que alcancem independência financeira e melhorem a qualidade de vida.

De acordo com Sen (1999), os empreendimentos que proporcionam oportunidades econômicas para pessoas em situação de vulnerabilidade permitem o crescimento de suas habilidades e potencialidades. Para os negócios sociais, isso implica que a geração de renda vai além de um objetivo financeiro; é um meio para que os objetivos sejam alcançados.

3.2. TEORIA DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO

A teoria dos custos de transação, originalmente sugerida por Coase (1937) e mais tarde aprimorada por Williamson (1985), analisa como os variados modelos de organização econômica podem reduzir os custos associados às transações. Essa teoria sugere que os modelos colaborativos auxiliam na organização produtiva e tornam a operação economicamente viável em empreendimentos sociais que operam como cooperativas ou organizações híbridas. A diminuição dos custos operacionais e administrativos possibilita que esses negócios aloquem mais recursos para o impacto social, potencializando sua habilidade de gerar renda.

De acordo com Williamson (1985), a diminuição das incertezas e dos gastos de produção nas cooperativas aumenta a eficácia e o lucro, criando um ambiente seguro e sustentável para o avanço dos empreendimentos sociais. Este cenário permite que os empresários sociais aproveitem ao máximo os recursos, reinvestindo-os para expandir o impacto e tornar economicamente viáveis as ações.

3.3. TEORIA DA VANTAGEM COMPETITIVA E SUSTENTABILIDADE ECONÔMICA

A teoria da vantagem competitiva, formulada por Porter (1985), destaca a relevância de uma tática de diferenciação para definir uma posição singular no mercado. No âmbito do empreendedorismo social, essa teoria é ajustada para permitir que as ações sociais explorem um diferencial estratégico que auxilie na sua viabilidade financeira. Porter (1985) defende que uma vantagem competitiva duradoura é alcançada quando as empresas se sobressaem por atributos incrivelmente difíceis de imitar, possibilitando que obtenham uma posição de destaque no mercado.

Negócios sociais que se destacam por utilizar recursos locais de forma inovadora, como o artesanato com materiais nativos, podem utilizar essa singularidade como um elemento de competitividade econômica. Isso não só favorece a sustentabilidade financeira das ações, mas também possibilita que os produtos possuam maior valor agregado, expandindo a abrangência e

a habilidade de gerar renda para a comunidade.

3.4. TEORIA DO VALOR SOCIAL NO EMPREENDEDORISMO

A teoria do valor social, proposta por Dees (2001), caracteriza o empreendedorismo social como uma estratégia focada em potencializar o efeito social positivo. Segundo Dees (2001), os empreendedores sociais, ao contrário dos empreendedores convencionais, procuram solucionar questões sociais através de inovações que gerem valor econômico e social. Este modelo de negócio é organizado de forma a utilizar o lucro obtido para gerar mais impacto, estabelecendo um ciclo virtuoso que promove a mudança social e econômica da comunidade.

Segundo Dees (2001), o valor social é crucial para os projetos sociais, que precisam organizar suas ações de forma a gerar vantagens econômicas tanto para seus beneficiários diretos quanto para a comunidade como um todo. Assim, a viabilidade financeira é obtida enquanto o impacto social se expande, estabelecendo o empreendedorismo social como um instrumento eficiente para a inclusão econômica e a geração de renda.

4. EXEMPLOS DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Dees (2001) sustenta que o empreendedorismo social emergiu como uma iniciativa da sociedade para lidar com problemas persistentes em comunidades, unindo uma missão social à inovação nos negócios. Essa interação fica clara nos exemplos seguintes, que demonstram como o empreendedorismo social pode provocar mudanças relevantes tanto no âmbito econômico quanto no social.

4.1. MUHAMMAD YUNUS E O BANCO GRAMEEN: UM EXEMPLO DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Muhammad Yunus, um economista de Bangladesh, é frequentemente citado como o "criador do microcrédito" e um pioneiro no empreendedorismo social. A ideia de estabelecer o Banco Grameen surgiu ao observar a exclusão financeira das camadas mais vulneráveis da população de Bangladesh, um país onde a maioria da população vivia em condições severas de pobreza, com acesso restrito a água potável, habitação e alimentação (Weber, 2006).

Motivado pela necessidade de uma transformação efetiva, Yunus começou um experimento em 1976, ao conceder um empréstimo de \$27 do seu próprio bolso a 42 mulheres

da aldeia de Jobra. Ao empregar o empréstimo em atividades produtivas, as beneficiárias conseguiram recuperar o capital emprestado, evidenciando que, com montantes reduzidos de crédito, era viável modificar a situação econômica das comunidades menos favorecidas (Yunus, 1999).

O Banco Grameen foi formalmente estabelecido para ampliar este modelo de microcrédito, priorizando as mulheres, pois Yunus acreditava que elas tinham maior tendência a empregar os recursos para o bem-estar da família. A instituição adotou uma abordagem inovadora, realizando empréstimos sem garantias convencionais, mas fundamentados na confiança e na responsabilidade compartilhada. O êxito do modelo Grameen não só afetou Bangladesh, mas também motivou ações semelhantes globalmente, tornando-se um modelo emblemático de como o empreendedorismo social pode ser um instrumento eficaz contra a pobreza endêmica (Weber, 2006).

A obra de Yunus ganhou reconhecimento global e, em 2006, ele foi agraciado com o Nobel da Paz. De acordo com o Comitê Nobel, "a paz duradoura só é possível se grandes segmentos da população encontrarem formas de sair da pobreza", e o microcrédito se mostra uma ferramenta eficiente para atingir essa meta. O Banco Grameen, além do efeito econômico, promoveu uma transformação social notável, restaurando a dignidade e a autoconfiança dos beneficiários, demonstrando a capacidade transformadora do empreendedorismo social (Yunus, 1999).

4.2. REDE ASTA

A Rede Asta é um modelo de empreendedorismo social no Brasil, cujo propósito é fortalecer pequenos artesãos, particularmente mulheres de comunidades em situação de vulnerabilidade, fomentando a inclusão econômica através da educação e do acesso ao mercado. A entidade converte a fabricação artesanal em um negócio rentável, concentrando-se na reutilização criativa de detritos (upcycling). Desde a sua fundação em 2005, a Rede Asta produziu cerca de R\$ 20 milhões em rendimentos, favorecendo diretamente aproximadamente 30 mil indivíduos em 234 cidades. O projeto impulsiona o crescimento de 40% na renda média dos artesãos envolvidos, se destacando como uma ação que não só impulsiona a economia local, mas também auxilia na diminuição da desigualdade social (Rede Asta, 2023).

4.3.FLOR DO CROÁ

O caroá (*Neoglasiovia variegata*), também chamado de croá, é uma planta típica da Caatinga, cujas fibras são comumente empregadas na fabricação de vários produtos artesanais. A utilização do croá na comunidade de Pindoguaba data de 1880, sendo inicialmente empregada na edificação de casas de taipa e, posteriormente, em cordas, redes e complementos para animais. Durante os anos 40 e 70, o croá se transformou na segunda maior fonte de renda da região, impulsionado pela criação de uma pequena indústria em Tianguá que adquiria as folhas da planta para processamento.

Durante esse período, mulheres empreendedoras como Maria Joana Silva se destacaram na venda de cordas produzidas com fibras de croá, comprando a produção de pequenos produtores e comercializando em mercados locais. Este comércio proporcionou uma renda considerável para várias famílias, particularmente durante períodos de safra reduzida na agricultura. As fibras do croá eram apreciadas pela sua durabilidade e resistência, facilitando sua comercialização para a produção de cabrestos, mantas e redes.

Durante a década de 80, a produção de croá sofreu uma queda devido à introdução de fibras sintéticas e a novas oportunidades de lucro, como a extração de pedras. Contudo, a comunidade de Pindoguaba deu início a um projeto de revitalização do croá em 2006, contando com o suporte de entidades como a Secretaria de Cultura e o Sebrae. O artesanato ganhou destaque, gerando renda para a comunidade por meio da produção e comercialização de produtos como cestos, chapéus e objetos decorativos. Ao converter o croá em produtos artesanais de alto valor agregado, a ação permitiu o surgimento de uma nova fonte de renda, principalmente para mulheres e jovens da área, destacando a importância do croá como emblema de empreendedorismo social e resistência econômica.

Portanto, a revitalização do uso do croá não apenas recuperou uma tradição cultural, mas também criou uma atividade econômica sustentável, oferecendo uma fonte alternativa de renda e fomentando o crescimento local.

5. VIABILIDADE DE GERAÇÃO DE RENDA ATRAVÉS DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Como evidenciado pelos exemplos citados, a possibilidade de geração de renda por meio do empreendedorismo social está intrinsecamente ligada ao desenvolvimento de soluções inovadoras que unem metas econômicas e sociais. Segundo Dornelas, Timmons e Spinelli (2010), o empreendedorismo social abrange não só o estabelecimento de novas instituições,

mas também a revitalização das já existentes, com o objetivo de converter oportunidades em fontes de renda sustentáveis.

Ao implementar modelos empresariais que conciliam impacto social e viabilidade financeira, o empreendedorismo social fomenta a inclusão e fortalece a economia local. Portanto, esta pesquisa propõe que o empreendedorismo social, por meio da geração de renda e promoção da inclusão econômica, pode ser uma estratégia eficiente para o progresso sustentável de comunidades, particularmente em regiões com um passado de vulnerabilidade econômica e social.

6. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A finalidade deste estudo é examinar a viabilidade econômica da produção artesanal de flor de croá na comunidade Pindoguaba, focando na criação de renda e administração financeira. O objetivo é compreender como essa atividade auxilia na geração de oportunidades de trabalho e no crescimento econômico da região, bem como reconhecer os gastos associados e os desafios que as artesãs enfrentam.

O objetivo do questionário é entender a prática artesanal com a flor do croá na comunidade, examinando sua contribuição para a geração de renda, o efeito econômico, as possibilidades de trabalho e as visões das artesãs sobre a administração financeira.

6.1. Amostra

A amostra do estudo consistiu em cinco artesãs da comunidade Pindoguaba, todas mulheres, que participam ativamente na fabricação e venda de produtos feitos com a flor do croá. A escolha dos participantes foi proposital, levando em conta as artesãs com experiência prática e pertinente para o contexto do estudo.

A coleta de dados ocorreu de maneira voluntária, com o questionário sendo enviado digitalmente por meio do Google Forms e disponibilizado em grupos de WhatsApp, o que facilitou o acesso e envolvimento. O estudo foi realizado de 31 de outubro a 5 de novembro de 2024, com o objetivo de coletar uma amostra representativa dentro das restrições do estudo.

6.2. Questionário Estruturado:

O estudo fez uso de um questionário estruturado, com questões de múltipla escolha e fechadas, tratando dos seguintes temas centrais: Origem da prática artesanal com a flor do croá; Gestão financeira e os custos envolvidos na produção; Impacto econômico da produção com a flor do croá na comunidade; Desafios enfrentados pelos artesãos na produção e comercialização; Percepção sobre o empreendedorismo social e seu efeito na vida das artesãs. As perguntas foram formuladas de forma a permitir uma análise qualitativa e quantitativa dos dados, permitindo tanto uma interpretação detalhada das experiências das participantes quanto uma análise estatística das variáveis mais amplas relacionadas à viabilidade econômica da atividade.

6.3. Levantamento de Dados:

A coleta de informações foi feita através de um questionário estruturado, que foi diretamente aplicado às participantes. Este método de coleta direta teve como objetivo assegurar que as respostas espelhasse as vivências autênticas das artesãs no cenário da produção com flor de croá.

Depois de coletar os dados, procedeu-se a uma avaliação quantitativa dos resultados das questões fechadas, visando reconhecer padrões e tendências. Por outro lado, as respostas abertas foram examinadas de forma qualitativa, em busca de percepções sobre os elementos sociais, econômicos e culturais ligados à atividade artesanal

7. DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Nesta parte, são apresentados os achados da pesquisa e sua avaliação, com o objetivo de responder às questões formuladas durante a investigação. A organização das informações em tabelas foi baseada nos trabalhos de Gil (2008), Flick (2009) e Yin (2015).

7.1. PERFIL DOS PARTICIPANTES

O questionário utilizado continha questões voltadas para traçar o perfil dos artesãos que se dedicam à flor do croá. A tabela a seguir apresenta os resultados obtidos:

Tabela 1 – Perfil dos Participantes

Participantes	Tempo	Como Aprendeu	Motivação Inicial
----------------------	--------------	----------------------	--------------------------

	de Trabalho (anos)		
1	10	Tradição Familiar	Desde criança, ajudando a avó no tear
2	8	Tradição Familiar	Resgate cultural
3	3	Curso e autodidata	Beleza e potencial da fibra
4	3 (retorno após 16 anos)	Curso ou treinamento	Interesse pelas histórias dos antepassados
5	1	Autodidata	Interesse econômico e potencial da fibra

Fonte: Elaboração própria (2024).

De acordo com a Tabela 1, nota-se que dois dos cinco participantes aprenderam a fazer artesanato como uma tradição familiar, evidenciando a função da herança cultural na disseminação de saberes. Os demais três participantes tiveram a oportunidade de frequentar cursos, treinamentos formais ou adquiriram conhecimento por conta própria, o que evidencia a relevância de iniciativas externas na introdução à atividade.

A motivação inicial variou entre valores culturais, estéticos e econômicos, como o interesse pela beleza e potencial econômico da fibra. Gil (2008) destaca que um planejamento estratégico robusto pode ajudar a superar desafios financeiros e operacionais: “O planejamento estratégico é crucial para a sustentação de qualquer atividade econômica, pois permite identificar oportunidades e ameaças, além de organizar os recursos de maneira eficiente” (GIL, 2008).

7.2.CUSTOS, RENDA E VIABILIDADE ECONÔMICA

A Tabela 2 apresenta a organização das informações referentes aos custos de produção, à renda média mensal e aos obstáculos financeiros que os participantes enfrentam.

Tabela 2 – Custos, Renda e Viabilidade Econômica

Participante	Custos Principais	Renda Mensal Média	Lucro	Desafio Financeiro
1	Compra de materiais	Menos de R\$200	Não	Falta de pessoas habilitadas
2	Compra de materiais	Não possui renda fixa	Não	Financiamento
3	Compra de materiais	R\$200 a R\$500	Sim	Divulgação
4	Mão de obra	R\$200	Não	Divulgação
5	Compra de materiais	R\$500 a R\$1.000	Sim	Divulgação e marketing

Fonte: Elaboração própria (2024).

De acordo com a Tabela 2, os principais gastos estão ligados à aquisição de materiais e, ocasionalmente, à contratação de trabalhadores. Dois participantes informaram que conseguiram lucrar com a venda dos produtos, ao passo que os demais ainda lutam para pagar as despesas de produção. Yin (2015) enfatiza a importância de táticas de investimento e financiamento para viabilizar projetos de pequeno porte: *“Os estudos de caso permitem uma análise detalhada dos fenômenos e ajudam a identificar desafios específicos, como a necessidade de estratégias de financiamento e marketing para viabilizar economicamente pequenos negócios”* (YIN, 2015).

7.3. IMPACTO DO ARTESANATO NA COMUNIDADE

Os envolvidos foram questionados sobre o efeito do artesanato feito com a flor do croá na manutenção da cultura e na economia local. A Tabela 3 sintetiza essas impressões.

Tabela 3 – Impacto e Empreendedorismo Social

Participante	Impacto na Comunidade	Benefícios Percebidos	Viabilidade para Geração de Renda
1	Preserva a cultura local	Fortalecimento comunitário	Um pouco
2	Preserva a cultura local	Fortalecimento comunitário	Sim
3	Potencial de fortalecimento	Fortalecimento comunitário	Ainda não, mas acredita no futuro
4	Preserva a cultura local	Fortalecimento comunitário	Não muito
5	Preserva a cultura local	Fortalecimento comunitário	Sim

Fonte: Elaboração própria (2024).

Conforme demonstrado na Tabela 3, todos os participantes concordam que o artesanato com flor de croá ajuda a manter a cultura local, e três deles acreditam que isso tem um impacto considerável na geração de renda. Flick (2009) ressalta a importância de entender as percepções subjetivas para medir o verdadeiro impacto social de ações como o empreendedorismo social. *“A pesquisa qualitativa é essencial para captar as percepções e os significados atribuídos pelos participantes às suas práticas, permitindo uma análise mais profunda e contextualizada”* (FLICK, 2009).

8. ANÁLISE GERAL E FUNDAMENTAÇÃO

Assim, as informações recolhidas sugerem que o artesanato com flor de croá tem um papel cultural relevante e pode gerar viabilidade econômica, especialmente com uma administração financeira eficiente e táticas de marketing apropriadas. Chiavenato (2005) ressalta que uma administração financeira eficiente é essencial para a manutenção e expansão das organizações. *O "Flor do Croá" é uma associação de artesãos localizada na comunidade de Pindoguaba, localizada no distrito de Tianguá, Ceará. Eles empregam a fibra do Croá (Neoglaziovia variegata), uma planta nativa que gera fibras de longa duração e resistentes. Com o suporte do Sebrae, o coletivo se estabeleceu como modelo em empreendedorismo social, incentivando a apreciação do artesanato regional e auxiliando no crescimento econômico da área. (Sebrae, 2024).*

CONCLUSÃO:

O presente estudo teve como objetivo analisar a viabilidade de geração de renda por meio do empreendedorismo social na comunidade Pindoguaba, a partir da produção artesanal utilizando a fibra da flor do croá. Além disso, buscou-se trazer mais informações sobre a origem e os conceitos do empreendedorismo social, explorando suas principais características e sua aplicação em contextos de vulnerabilidade econômica e social. O trabalho analisou os impactos econômicos e sociais dessa atividade, considerando a preservação da cultura local, a geração de emprego e a melhoria na qualidade de vida dos artesãos.

A pesquisa permitiu constatar que, apesar dos desafios financeiros e da falta de apoio estruturado, o potencial do empreendedorismo social para transformar a realidade da comunidade é evidente. O artesanato com o croá representa uma forma de empoderamento para as mulheres e jovens de Pindoguaba, gerando uma fonte de renda sustentável e fortalecendo a identidade cultural local.

Com base nos resultados, pode-se afirmar que a inclusão de políticas públicas de apoio, como capacitação, financiamento e expansão de mercados, seria fundamental para tornar essa atividade mais rentável e expandir sua capacidade de gerar impacto econômico. Além disso, a construção de redes de apoio e a cooperação entre os artesãos são essenciais para fortalecer o capital social da comunidade e garantir a sustentabilidade do projeto a longo prazo.

Portanto, o empreendedorismo social, por meio da revitalização da produção artesanal com o croá, não apenas resgata uma prática tradicional, mas também se configura como um modelo de negócio sustentável capaz de promover o desenvolvimento econômico e social da

comunidade. O apoio institucional, aliado ao aprimoramento das estratégias de gestão e comercialização, pode potencializar ainda mais os benefícios dessa prática, tornando-a uma fonte sólida de geração de renda para as famílias envolvidas.

Em síntese, este estudo reforça a importância do empreendedorismo social como uma ferramenta de transformação, mostrando que, com as condições adequadas, é possível criar soluções inovadoras que aliam crescimento econômico e inclusão social, contribuindo para o desenvolvimento sustentável de comunidades com grande potencial, como a de Pindoguaba.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, J. A. **Mudança no comportamento do consumidor automotivo durante a pandemia**. Revista de Gestão e Negócios Automotivos, v. 5, n. 2, p. 100-115, 2023. Disponível em: . Acesso em: 15 set. 2024.

BANSAL, S.; GARG, I.; SHARMA, G. **O Empreendedorismo Social como Caminho para a Mudança Social e Motor do Desenvolvimento Sustentável**: Uma Revisão Sistemática e uma Agenda de Pesquisa. Sustentabilidade, 2019. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/4/1091>. Acesso em: 04 nov. 2024.

BAUMOL, W. J. **The microtheory of entrepreneurship**. Princeton; Oxford: Princeton University Press, 2010.

BORNSTEIN, David. **Empreendedores sociais: a transformação do mundo dos negócios e da sociedade**. São Paulo: Editora Globo, 2004.

CHELL, E. **Empreendedorismo e Empreendedorismo Social**. International Small Business Journal, v. 25, p. 26-5, 2007. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0266242607071779>. Acesso em: 04 nov. 2024.

COASE, Ronald H. **The nature of the firm**. Economica, v. 4, n. 16, p. 386-405, 1937.

CERT, S.; MILLER, T. Empreendedorismo social: principais questões e conceitos. **Horizontes de Negócios**, v. 51, p. 267-271, 2008. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0007681308000396?via%3Dihub>. Acesso em: 04 nov. 2024.

DEES, J. G. **The meaning of social entrepreneurship**. Case Western Reserve University, p. 1-36, 2001.

FISCHER, Augusto; NODARI, Tânia Maria dos Santos; FEGER, José Elmar. **Empreendedorismo**: algumas reflexões quanto às características. RACE-Revista de Administração, Contabilidade e Economia, v. 7, n. 1, p. 39-52, 2008.

GARCÍA-JURADO, A.; PÉREZ-BAREA, J.; NOVA, R. Uma nova abordagem ao empreendedorismo social: uma revisão sistemática e meta-análise. **Sustentabilidade**, 2021. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/5/2754>. Acesso em: 04 nov. 2024.

KANNAMPUZHA, M.; HOCKERTS, K. **Organizational social entrepreneurship**: Scale development and validation. *Social Enterprise Journal*, v. 15, n. 3, p. 290-319, 2019.

KRUSE, P.; WACH, D.; WEGGE, J. O que motiva os empreendedores sociais? Uma meta-análise sobre preditores da intenção de fundar uma empresa social. **Journal of Small Business Management**, v. 59, p. 477-508, 2020. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00472778.2020.1844493>. Acesso em: 04 nov. 2024.

PORTER, Michael E. **Estratégia competitiva**: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1985.

PUTNAM, Robert D. **Making democracy work**: civic traditions in modern Italy. Princeton: Princeton University Press, 1993.

REDE ASTA. **Relatório Anual 2023**. Disponível em: <https://www.redeasta.org.br/relatorio-anual-2023>. Acesso em: 04 nov. 2024.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

SINGER, Paul. **A economia solidária**: uma resposta à exclusão social. *Revista de Administração Pública*, v. 36, n. 3, p. 1-15, 2002.

WEBER, Adriana. **O banqueiro dos pobres**. *Aletheia*, Canoas, n. 26, p. 210-213, dez. 2007. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-03942007000200017&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 04 nov. 2024.

ANEXO I

Impacto do Empreendedorismo Social na Comunidade: O Caso da Flor do Croá

O objetivo deste questionário é analisar a viabilidade e o efeito econômico da flor do croá na comunidade, examinando seu papel na geração de renda, criação de postos de trabalho e fortalecimento da economia local. Desde já, agradecemos a sua contribuição para esta análise de viabilidade econômica.

1. Como você descobriu a prática de artesanato com a flor do croá e o que o motivou a começar a trabalhar com essa flor?

2. Como você aprendeu a trabalhar com a flor do croá?

- Tradição familiar
 - Curso ou treinamento
 - Aprendeu sozinho(a)
 - Outro:
-

3. Quais são os principais custos que você tem na produção da flor do croá?

- Compra de materiais
 - Transporte
 - Mão de obra
 - Outro:
-

4. Qual a importância da renda obtida com a flor do croá para você ou sua família?

- Principal fonte de renda
 - Renda complementar
 - Renda não significativa
 - Outro:
-

5. Quanto você ganha, em média, mensalmente com a venda dos produtos feitos com a flor do croá?

- Até R\$200
- De R\$200 a R\$500
- Mais de R\$500

- Outro:
-

6. A venda dos produtos com a flor do croá permite cobrir os custos e obter lucro?

- Sim, consigo cobrir os custos e ter lucro
 - Apenas cubro os custos, sem lucro
 - Não consigo cobrir todos os custos
-

7. Qual o maior desafio financeiro para expandir sua produção?

8. Você considera seu trabalho com a flor do croá um exemplo de empreendedorismo social?

- Sim
 - Não
-

9. Como sua produção impacta a comunidade local?

- Gera empregos
 - Preserva a cultura local
 - Melhora a renda familiar
 - Outro:
-

10. Quais benefícios você percebe em fazer parte do empreendedorismo social?

- Fortalecimento da comunidade
 - Melhoria da qualidade de vida
 - Acesso a novos mercados
 - Outro:
-

11. Na sua opinião, como a prática do artesanato com a flor do croá contribui para a economia local?

12. Você acha que o empreendedorismo social pode ajudar as pessoas a resolver problemas em sua comunidade, como conseguir se sustentar com a renda que obtêm?

- Sim
- Não

13. Você considera que seu trabalho impacta positivamente a comunidade?


- Sim
- Não
- Outro:

14. Você acredita que o trabalho com a flor do croá ajuda as pessoas da sua comunidade a ter uma renda melhor?

DECLARAÇÃO DE APTIDÃO PARA DEPÓSITO

Eu, Francisco Alves de Souza Neto, CPF 044.663.433-65, DECLARO para os devidos fins que a obra de título **EMPREENDEDORISMO SOCIAL EM PINDOQUABA: VIABILIDADE ECONÔMICA DO USO DA FIBRA DO CROÁ** ” de autoria do aluno Maria Gabriela Portela Nunes foi revisado conforme as recomendações da banca examinadora e está apto para depósito na Biblioteca Institucional sob minha responsabilidade.


Tianguá/CE, 15 / 01 / 2025

 Documento assinado digitalmente
FRANCISCO ALVES DE SOUZA NETO
Data: 15/01/2025 16:12:19-0300
Verifique em <https://validar.jfi.gov.br>

DECLARAÇÃO

Eu, Luciana Mara Braga Aguiar, CPF 98202260310, formada em Letras pela Universidade Estadual do Ceará - UECE, sob número de registro 54.908, livro GC-61, folha 381, **DECLARO**, para os devidos fins, que realizei a revisão ortográfica e gramatical da MONOGRAFIA intitulada como “**O EMPREENDEDORISMO SOCIAL EM PINDOGUABA: VIABILIDADE ECONÔMICA DO USO DA FIBRA DO CROÁ**” de responsabilidade da autora MARIA GABRIELA PORTELA NUNES.

Tianguá, Ceará.
27 de novembro de 2024.

Documento assinado digitalmente
 LUCIANA MARA BRAGA AGUIAR
Data: 27/11/2024 17:41:0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Luciana Mara Braga Aguiar