

## DESAFIOS DOS EMPREENDEDORES NA ECONOMIA CRIATIVA: UM PANORAMA DE ERECHIM-RS

CLEICE SALETE VOGINSKI <sup>1</sup>, DÉBORA REGINA SCHNEIDER LOCATELLI<sup>2</sup>

### 1 Introdução

A economia criativa consolida-se como um dos pilares emergentes do desenvolvimento econômico e cultural no Brasil, destacando-se pela capacidade de integrar criatividade, conhecimento, cultura e inovação à geração de valor, emprego e renda. Esse setor abrange uma ampla gama de atividades como design, moda, artes visuais, audiovisual, música, gastronomia e artesanato, e ganha visibilidade tanto em grandes centros urbanos quanto em cidades de médio e pequeno porte.

Em Erechim, município localizado na região norte do Rio Grande do Sul e sede da presente pesquisa, observa-se o crescimento de iniciativas empreendedoras ligadas à economia criativa, muitas delas lideradas por mulheres. A realização da Feira da Economia Criativa durante a 26ª Feira do Livro reforça esse movimento ao oferecer um espaço dedicado aos artistas visuais e artesãos da cidade, promovendo o contato direto com o público e a valorização do trabalho autoral (Freitas, 2025).

A pesquisa investiga os desafios enfrentados por empreendedores da economia criativa em Erechim-RS, buscando compreender experiências, dificuldades e estratégias de superação. A abordagem qualitativa e exploratória permite captar a complexidade e a pluralidade das trajetórias empreendedoras, baseando-se em vivências singulares que, embora particulares, revelam padrões e tendências relevantes para a compreensão do fenômeno.

### 2 Objetivos

O objetivo geral do estudo foi investigar os desafios enfrentados por empreendedores da economia criativa em Erechim-RS. Tendo como objetivos específicos: a) traçar o perfil dos empreendedores que atuam na economia criativa no município; b) identificar a natureza e a

---

<sup>1</sup> Graduanda em Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal da Fronteira Sul – Campus Erechim, contato: cleicevoginski@gmail.com

<sup>2</sup> Doutorado em Administração, Universidade Federal da Fronteira Sul – Campus Erechim, **Orientador(a)**.

origem dos desafios enfrentados; e c) analisar as estratégias utilizadas para lidar com esses desafios.

### 3 Metodologia

O estudo adotou abordagem qualitativa, por permitir a análise da subjetividade presente em diferentes vivências individuais e coletivas (Ramos; Valdisser, 2019). Trata-se de uma pesquisa exploratória, justificada pela escassez de estudos sobre a economia criativa em Erechim-RS e pela relevância do setor para a economia, a cultura e o turismo, bem como para a preservação de saberes que compõem o patrimônio cultural regional (Ministério da Cultura, 2024).

A coleta de dados ocorreu em fevereiro de 2025, por meio de entrevistas semiestruturadas (Flick, 2013), com participantes selecionados por busca ativa em redes sociais, indicações e conveniência. Inicialmente, buscava-se contemplar homens e mulheres, porém, as mulheres mostraram-se mais solícitas a participar. Assim, ao final foram retirados os empreendedores resultando em uma amostra exclusiva de empreendedoras. Foram incluídos empreendedores de áreas enquadradas na economia criativa, segundo Howkins (2013), com sede em Erechim, idade mínima de 18. A amostra foi não probabilística e o número de participantes foi definido pelo critério de saturação (Paiva Júnior; Souza Leão; Mello, 2011).

As entrevistas foram realizadas pelas pesquisadoras, mediante assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) e autorização para gravação. A partir das transcrições, os conteúdos relevantes foram organizados em tabelas e gráficos, permitindo a contabilização e a sistematização das informações, o que possibilitou visualizar padrões e realizar comparações entre as respostas das participantes.

### 4 Resultados e Discussão

O perfil das empreendedoras criativas de Erechim-RS mostra diversidade etária, reunindo jovens iniciantes e profissionais experientes: a faixa predominante é de 20 a 29 anos (11 participantes), seguida por 30 a 39 anos e 40 a 49 anos (8 cada) e, por fim, 50 a 60 anos (5). O nível de escolaridade é elevado, com destaque para a pós-graduação completa (43,8%), seguida por ensino superior (completo ou incompleto) e médio, havendo ainda um caso de ensino fundamental. Nota-se correlação entre idade e formação, com maior concentração de especializações entre mulheres acima de 33 anos. A inclusão de pessoas com deficiência é baixa, com apenas uma participante autista. O estudo de Voginski e Locatelli (2024) corrobora

com estes achados, no estudo as autoras também obtiveram uma predominância feminina (67,7%) no grupo pesquisado e com bom nível de escolaridade, 56,6% tinham ensino superior completo, pós-graduação completa ou incompleta.

Quanto ao campo de atuação, o artesanato lidera (16 ocorrências), seguido por artes e moda (8 cada), além de design (5), arquitetura e setor editorial (4 cada), propaganda (3) e casos isolados em música, artes cênicas e rádio/TV. O tempo de atividade é heterogêneo, predominando negócios entre 4 e 6 anos (9 casos), mas também contemplando trajetórias recentes (menos de 1 ano) e consolidadas (mais de 15 anos). Para a maioria (23), a atividade criativa constitui a principal fonte de renda; as demais conciliam com docência, psicologia ou funções administrativas. O índice de formalização é elevado (27 participantes), com predominância do MEI (20). O que vai ao encontro das informações do Global Entrepreneurship Management (GEM) (2025) que indica predominância de empreendedores formalizados como MEI nas fases iniciais dos negócios.

A análise das entrevistas evidencia desafios em cinco eixos principais: valorização e reconhecimento do trabalho; acesso a insumos e custos de produção; logística e frete; gestão e profissionalização; e questões emocionais e sociais. A desvalorização cultural do artesanato, da arte e do trabalho manual é recorrente, dificultando a precificação justa e reforçando a percepção de “bico” ou hobby. Entre os desafios estruturais, destacam-se altos custos de materiais, escassez de fornecedores locais e frete elevado. Já no âmbito gerencial, surgem dificuldades em marketing digital, burocracia da formalização, organização financeira e conciliação entre vida pessoal e empreendedora. A dimensão social inclui preconceitos de gênero, discriminação racial, marginalização cultural e impactos da pandemia.

Quanto à origem, identificam-se fatores externos, como ausência de políticas públicas, infraestrutura inadequada e custos altos, e internos, como falta de formação em gestão, pouco domínio de marketing digital e insegurança na precificação. Questões emocionais e sociais reforçam essas barreiras, mostrando que a origem das dificuldades resulta da interação entre condições estruturais e fragilidades individuais.

As estratégias de enfrentamento revelam posturas criativas e pragmáticas, geralmente aprendidas por tentativa e erro. As soluções incluem redução de custos, adaptação da produção, parcerias, diversificação de renda e uso intenso das redes sociais para divulgação e educação dos clientes. Também recorrem a práticas improvisadas, como trabalhar em casa, compartilhar espaços, comprar em pequena escala e exigir pagamento antecipado. A resiliência emocional é

central, marcada por persistência e reposicionamento constante, enquanto cresce o movimento de profissionalização por meio de cursos, mentorias e ferramentas de gestão.

## 5 Conclusão

A pesquisa identificou que as empreendedoras da economia criativa em Erechim-RS formam um grupo diverso, com alta escolaridade, elevado índice de formalização e predominância de atividades nos segmentos de artesanato, artes e moda. Embora a maioria tenha na atividade criativa sua principal fonte de renda, persistem desafios estruturais e conjunturais, como acesso restrito a mercados mais amplos, baixa inclusão de pessoas com deficiência, carência de apoio institucional e limitação das redes de colaboração.

Os resultados reforçam a importância da economia criativa como eixo na geração de trabalho, renda e inovação no contexto local, além de evidenciar o protagonismo feminino nesse setor. No entanto, apontam lacunas que precisam ser superadas para ampliar o impacto econômico e social dessas iniciativas, especialmente em municípios de porte médio do interior. Destaca-se a necessidade de políticas públicas específicas, programas de capacitação adaptados às demandas do setor, estímulo a redes colaborativas e ações que aumentem a visibilidade e o alcance comercial dessas empreendedoras.

Conclui-se que os desafios enfrentados possuem origens tanto estruturais – como altos custos, burocracias e ausência de apoio institucional – quanto culturais e individuais, relacionados à desvalorização do trabalho criativo e às fragilidades em gestão e marketing. Ainda assim, as empreendedoras demonstram capacidade de adaptação, resiliência e criatividade, desenvolvendo estratégias que vão desde soluções práticas no cotidiano até a busca por profissionalização e redes de apoio. Essa combinação evidencia que, apesar das limitações do contexto local, o empreendedorismo feminino criativo constitui uma força significativa de inovação, geração de renda e transformação social, cujo fortalecimento depende de maior reconhecimento e suporte em nível institucional e comunitário.

## Referências Bibliográficas

FLICK, U. *Introdução à metodologia de pesquisa: um guia para iniciantes*. Porto Alegre: Penso, 2013.

FREITAS, G. de. Feira de Economia Criativa valoriza artistas locais durante a Feira do Livro. *Jornal Bom Dia*, 2025. Disponível em: <https://jornalbomdia.com.br/noticia/79024/feira-de-economia-criativa-valoriza-artistas-locais-durante-a-feira-do-livro> Acesso em: 02 ago. 2025.

GEM. Empreendedorismo no Brasil 2024. ANEPEPE; SEBRAE, 2025. Disponível em: [https://api.pr.sebrae.com.br/storage/comunidade/anexos/28500/PUB\\_GEM%20-%20Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Global%20Entrepreneurship%20Monitor%202024.pdf](https://api.pr.sebrae.com.br/storage/comunidade/anexos/28500/PUB_GEM%20-%20Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Global%20Entrepreneurship%20Monitor%202024.pdf) Acesso em: 27 jul. 2025.

HOWKINS, J. *Economia criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas*. São Paulo: M. Books, 2013.

MINISTÉRIO DA CULTURA. Setor cultural impulsiona crescimento e geração de empregos no Brasil. Disponível em: <https://www.gov.br/cultura/pt-br/assuntos/noticias/setor-cultural-impulsiona-crescimento-e-geracao-de-empregos-no-brasil#:~:text=Uma%20pesquisa%20do%20Painel%20de,postos%20de%20trabalho%20no%20ano> Acesso em: 6 out. 2024.

PAIVA JÚNIOR, F. G. de, LEÃO, A. L. M. de S.; MELLO, S. C. B. de. Validade e confiabilidade na pesquisa qualitativa em administração. *Revista de Ciências da Administração*, Florianópolis, [S. l.], v. 13, n. 31, p. 190–209, 2011. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/2175-8077.2011v13n31p190> Acesso em: 02 ago. 2025.

RAMOS, K. de S.; VALDISSER, C. R. Das dificuldades ao sucesso: os caminhos tortuosos e cheios de obstáculos enfrentados por empreendedoras. *Revista Gestão, Tecnologia e Ciências (GETEC)*, v. 8, n. 20, 2019. Disponível em: <https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/getec/article/view/1611> Acesso em: 02 ago. 2025

VOGINSKI, C. F.; LOCATELLI, D. R. L. Perfil dos empreendedores em economia criativa da AMAU. **Anais do XV CODS - Colóquio Organizações, Desenvolvimento e Sustentabilidade**, Belém, v. 15, 2024. Disponível em: <https://codsunama.org/ojs/index.php/br/article/view/125/124>. Acesso em: 10 jul. 2025.

**Palavras-chave:** Economia criativa; Empreendedorismo feminino; Desafios; Erechim-RS.

**Nº de Registro no sistema Prisma:** PES-2024-0464

## Financiamento

