

**EMPSI - EMPREENDEDORISMO, STARTUPS E INOVAÇÃO
EMPREENDEDORISMO NA FEIRA HIPPIE DE BELO HORIZONTE: FATORES
QUE LEVAM ARTESÃOS A EXPOR SEUS PRODUTOS NA FEIRA**

RESUMO

Este trabalho teve como objetivo identificar os fatores que levam estes empreendedores a expor seus produtos na Feira Hippie de Belo Horizonte. Foi realizada uma pesquisa descritiva, de abordagem qualitativa. Foram entrevistados oito expositores de artigos de couro da Feira *Hippie*. O critério de escolha dos entrevistados foi por acessibilidade. A busca pela independência da forma de trabalhar, como também a influência familiar para a perpetuação da atividade dos pais foram fatores que se destacaram entre os entrevistados em relação a motivação de exporem na feira. A satisfação dos clientes motiva os artesãos a continuarem na feira, mesmo em situações adversas de vendas. Questões climáticas, produtos não-artesanais, fiscalização cobrando mais do que se deve, demora para abrir novas licitações são algumas dificuldades que se tem dentro da feira elencadas pelos artesãos.

Palavras-chave: Artesanato, Empreendedorismo, Feira *Hippie*.

ABSTRACT

This work aimed to identify the factors that lead these entrepreneurs to exhibit their products at the Hippie Fair in Belo Horizonte. A descriptive research was carried out, with a qualitative approach. Eight leather goods exhibitors from the Hippie Fair were interviewed. The criteria for choosing the interviewees was accessibility. The search for independence in the way of working, as well as the family influence for the perpetuation of the parents' activity were factors that stood out among the interviewees regarding the motivation to exhibit at the fair. Customer satisfaction motivates artisans to stay at the fair, even in adverse sales situations. Climatic issues, non-artisanal products, inspection charging more than what is necessary, delay in opening new tenders are some of the difficulties that the artisans have within the fair.

Keywords: Handicrafts, Entrepreneurship, Hippie Fair.

1 INTRODUÇÃO

A Feira Hippie de Belo Horizonte sempre chama a atenção de turistas e pessoas que moram na região por causa de sua imensa variedade de produtos. Mas o principal fator que faz com que a feira tenha essa representatividade são os artesãos que também são empreendedores que lá estão expondo seus produtos.

O empreendedor se caracteriza por ser criativo a ponto de conseguir estabelecer e alcançar metas, além de estar sempre atento ao ambiente em que se encontra para fazer novos negócios no momento propício (FILION, 1999).

Empreendedorismo é fazer algo com criatividade e motivação, como se fosse uma arte. Se baseia na realização de qualquer projeto que tenha, de forma que, a mesma seja realizada com sinergia e inovação. De acordo com os autores acima, o empreendedorismo também pode ser definido como uma procura por conhecimento para se aventurar em coisas novas, buscando sempre novas experiências de vida (BAGGIO E BAGGIO, 2014).

A Feira de Arte e Artesanato de Belo Horizonte que é conhecida popularmente como Feira Hippie foi criada em 1969 com sua localização na Praça da Liberdade. Existem algumas contradições e diferenças de percepções de como e por que a feira surgiu por causa de falta de materiais que comprovasse tal história, mostrando uma despreocupação com a cultura da sociedade, como também o momento político que o país atravessava, onde pressões políticas e sociais pelas quais o país passava era resultado da conduta tomada na Ditadura Militar (GUERRA¹ citado por CARRIERI, SARAIVA e PIMENTEL, 2008).

Com o passar de mais de três décadas desde sua criação, ocorreram várias mudanças em sua base como, a entrada do Poder Público na organização da feira, uma maior facilidade para conseguir participar legalmente, ou seja, ficou mais fácil de ser admitido, além da principal mudança que foi a transferência do local onde era realizada. Passou da Praça da Liberdade para a Avenida Afonso Pena. E a partir daí a feira começou a ter uma finalidade diferente de quando ela foi criada. Anteriormente o objetivo principal era a interação das pessoas que ali estavam e a exposição de produtos artesanais e com o passar dos anos foi se transformando em um enorme “camelódromo” a céu aberto (PIMENTEL *et al.*, 2005).

Diante desse contexto apresenta-se o seguinte problema de pesquisa: **Quais são os fatores que levam estes empreendedores a expor seus produtos na Feira Hippie de Belo Horizonte?**

Para responder ao problema de pesquisa este estudo teve como objetivo geral, identificar os fatores que levam estes empreendedores a expor seus produtos na Feira Hippie de Belo Horizonte. De forma mais específica pretende-se: a) identificar qual o principal fator que impulsiona os empreendedores estarem na feira; b) identificar as dificuldades enfrentadas pelos empreendedores dentro da feira.

Em relação ao trabalho proposto, apresenta como justificativa contribuir no âmbito acadêmico e social, onde no âmbito acadêmico, busca-se expor o conhecimento gradual ao longo do curso a fim de servir como aprendizagem posterior aos demais alunos e, pelo âmbito social, colocar em prática o conhecimento adquirido na sala de aula ao setor de trabalho, este que será foco deste trabalho.

1 GUERRA, L. C. O. **Imagens de um território urbano: a Feira de Arte e Artesanato de Belo Horizonte**. 2002, 115 f. Dissertação (Mestrado) – Instituto de Geociências, UFMG, Belo Horizonte, 2002.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção apresenta-se o referencial teórico, que trata das seguintes temáticas: a transformação do artesanato e do papel do artesão; o empreendedorismo e sua importância; o empreendedor: definições e tipos; empresas familiares: origens e sua importância no Brasil; sucessão familiar; dificuldades da atividade empreendedora; fatores motivadores do empreendedorismo por necessidade e por oportunidade e a transformação da feira *hippie* de Belo Horizonte e os produtos que lá são expostos.

2.1 A transformação do artesanato e do papel do artesão

Segundo Batista (2014), desde os tempos antigos, as pessoas precisam comer, se vestir, se preparar para eventos, desde reis e príncipes até um simples vassalo. Mas era preciso que alguém fizesse estes produtos e quem fazia era os servos, vassalos, enfim, escravos da realeza que além de fabricarem tudo que a elite precisava tinha uma série de impostos ao seu senhor. Naquela época, não existia relação contratual que beneficiava ambos os lados.

Com o passar dos anos, este cenário foi se modificando para um onde a fome era predominante em decorrência da queda do império romano, causando uma migração em massa da população que vivia na área urbana para a área rural. Senhores feudais e o clero estavam perdendo força e a partir disso deixaram de seguir os contratos feitos com seus servos. Muitos trabalhadores ficaram em situação miserável, sendo expurgados de suas terras, tendo somente a opção de criar coisas a partir de outras que eram roubadas ou furtadas por eles próprios (BATISTA, 2014).

A partir deste momento, quem sabia fazer algo artesanal passaram a ter uma posição diferente no feudalismo. Estas pessoas passam a fazer arte para comercializar (BATISTA, 2014). O artesão cria uma arte por conta própria ou com a ajuda de seus familiares ou aprendizes para fazer objetos artísticos, onde não se um objetivo comercial fixado em sua mente (NOGUEIRA, 2012). Mas somente fazer não o classifica como artesão, mas sim o fato de se estar situado em um ambiente em que ser artesão tenha um significado social e que este significado esteja ligado a outros significados que ali são compartilhados (SAPIEZINSKAS, 2012).

Segundo Heskett² citado por Mazza, Ipiranga e Freitas (2007), o processo produtivo do artesanato ficou automatizado e sendo feito em largas escalas, tirando o prestígio do artesão que obtinha o conhecimento sobre a produção da arte e como dar forma a mesma. Era o efeito da Revolução Industrial, indústrias passando a fazer o trabalho dos artesãos.

Com os processos produtivos e o consumo aumentando pela razão da modernidade, com o foco voltado ao capital financeiro, passaram a enxergar o próximo como um concorrente, não como um parceiro (NOGUEIRA, 2012).

2.2 O empreendedor: definições e tipos

Segundo Greatti e Senhorini (2000), o significado da palavra empreendedor foi sendo modificada conforme o tempo foi passando. No século XII, empreendedor era aquela que incitava brigas, no século XVI seu significado era relacionado à área militar e no século posterior, empreendedor era visto como uma pessoa que desenvolvia e

2 HESKETT, Joseph. *Desenho Industrial*. 2ª ed. São Paulo, EDUSP, 2012.

tinha algum empreendimento, ou seja, pessoas que buscavam melhorar suas condições de vida independente do risco que estava correndo.

Para Dornelas (2008), empreendedor é a pessoa que consegue perceber uma oportunidade de se criar um negócio em cima de algo para gerar renda para si e tendo o controle de todos os riscos que possa incorrer. Já para Baggio e Baggio (2014), o empreendedor é aquela pessoa que tem a vontade de realizar seus sonhos, tirar suas ideias do papel e passar a ter experiências que outras pessoas não vivenciam.

Sobre os tipos de empreendedores, Oliveira (2014) aponta alguns como: o empreendedor externo, que é aquele que cria e consolida sua ideia de forma positiva. E este empreendedor que controla todos os riscos de sua ideia; o empreendedor interno, quando o empreendedor é funcionário de uma empresa e dá sugestões de como aprimorar os processos da empresa com base em seu conhecimento; o empreendedor por iniciativa, que é aquele que tenta a sorte em alguma área do empreendedorismo, mas não tem formado em sua mente uma ação que faça com que sua tentativa tenha sido válida; o empreendedor por necessidade, onde o empreendedor está passando por uma situação complicada em sua vida profissional e procura uma saída de forma desesperada; o empreendedor de renovação que é aquele que traz uma inovação para algo já existente para estender seu ciclo de vida.

Ainda de acordo com Oliveira (2014) existe o empreendedor estrategista que é aquele que está sempre atento a todos os detalhes e fatores externos e não controláveis para criar uma estratégia onde consiga desenvolver um trabalho sem sofrer tanto das consequências desses fatores externos e por fim o empreendedor estadista que é o aprimoramento do estilo do empreendedor estrategista e estabelecer empreendimentos que auxiliam de alguma forma, o desenvolvimento do ambiente em que está situado.

2.2.1 O empreendedorismo e sua importância

Segundo Salim e Silva (2010) o empreendedorismo surgiu desde o tempo dos homens das cavernas onde sua necessidade de se alimentar e aos outros que estão ao seu redor fazia com que ele fosse a caça de algum animal para satisfazer essa necessidade. Mesmo com a mudança de se fazer o empreendedorismo conforme o tempo foi passando, uma característica contínua intacta daquele tempo para a atualidade: a iniciativa, a força de vontade de melhorar sua situação de vivência.

Para Schumpeter³ citado por Leite (2012), a palavra empreendedorismo surgiu da expressão americana *entrepreneurship*, que é derivada de outra expressão *entreprendre*, palavra que era utilizada na França para identificar pessoas que arriscavam abrir seu próprio negócio.

Segundo Hisrich, Peters e Shepherd (2014), o empreendedorismo tem representatividade quanto o assunto são negócios, tanto em desenvolvimento de novos negócios como também na expansão e manutenção dos mesmos já estabelecidos no mercado, podendo impulsionar a economia do país. As ações empreendedoras se iniciam quando alguém enxerga uma oportunidade de prosperar desenvolvendo algo que o ajudará a sobreviver.

Salim e Silva (2010) afirmam que o valor do empreendedorismo foi reconhecido pelo mundo pela capacidade de impulsionar a economia onde é estabelecida sua atividade, geração de empregos, novos produtos, na procura de soluções

relacionados às causas sociais e a inclusão em programas governamentais, objetivando atingir o desenvolvimento local e regional.

Para Dornelas (2008), o empreendedorismo começou a ganhar importância no Brasil no final dos anos 90, e a justificativa de se interessarem pelo assunto seria pelo surgimento de novos empreendimentos e a preocupação de mantê-los no mercado. O governo com tentativas de adaptar o país a globalização fez com que as grandes empresas brasileiras se recriassem para continuar no mercado.

Nessas adaptações ocorreu uma redução de funcionários dessas empresas, impulsionando o número de desempregados no país, fazendo com que estes que foram demitidos abrissem seu próprio negócio com o que sobrava de seus salários para sobreviverem. Com o passar do tempo, estes que entraram sem nenhuma esperança de sucesso se tornaram patrões (DORNELAS, 2008).

2.3 Empresas familiares: origens e sua importância no Brasil

Para Adachi⁴ citado por Moreira *et al.* (2013), desde o tempo do antigo Egito, acontece as transferências de negócios familiares, ou seja, passa de pai para filho. Na Idade Média, também este costume era comum. As atividades que o pai realizava, o mesmo repassava ao seu filho o passo a passo daquela atividade com o objetivo de dar continuidade ao legado da família. Ainda segundo o autor:

Com o passar dos anos, essas famílias iniciaram um processo contínuo de empreendimentos e de obras essenciais para a época. Isso originou processo onde as empresas familiares começaram a se formar em diferentes setores, com a execução das mais diversas atividades, formando então a sociedade econômica (MOREIRA *et al.*, 2013).

A importância das empresas familiares no Brasil, segundo Oliveira⁵ citado por Moreira *et al.* (2013) é notado a partir da quantidade de empregos gerados por elas, afetando positivamente a economia do país.

2.3.1 Sucessão familiar

De acordo com Gersick *et al.*⁶ citados por Tillmann & Gryzbovski (2005), as sucessões são marcadas pela tomada de decisão sobre quem deverá guiar a empresa dali em diante, pois os idealizadores da empresa estão ficando cada vez mais velhos, tornando necessário a transferência da posse da empresa para alguém.

A sucessão familiar é uma mudança de posse do poder previamente planejada entre três e cinco anos, preparando os possíveis sucessores durante seu crescimento. Por este motivo, a sucessão é um processo complexo de decisão, afetando totalmente seu futuro (LODI⁷ e GERSICK citado por TILLMANN & GRYZBOVSKI, 2005).

2.4 Dificuldades da atividade empreendedora

4 ADACHI, P. P. **Família S.A.**: gestão de empresa familiar e solução de conflitos, São Paulo: Atlas, 2006.

5 OLIVEIRA, D. P. R. **Empresa familiar**: como fortalecer o empreendimento e otimizar o processo sucessório. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006

6 GERSICK *et al.* **De geração para geração**: ciclos de vida da empresa familiar. 3.ed. São Paulo: Negócio, 1997.

7 LODI, J. B. **A empresa familiar**. 4.ed., São Paulo: Pioneira, 1993.

Para Greatti e Senhorini (2000), as dificuldades que o empreendedor pode esbarrar são: a política econômica do país, onde a obtenção de recursos fica mais complicada por causa da expressiva taxa de juros que é trabalhada no mercado, além de barreiras para se conseguir uma linha de crédito nos bancos; a escolha do local para abrir seu empreendimento, já que não é comum ter um preço que condiz com a situação de quem está começando no ramo dos empreendimentos; questões burocráticas, como, regularização fiscal e o tempo para concluir a análise sobre os documentos legais entregues aos órgãos responsáveis, fazendo com que o empreendedor fique sem realizar nenhuma atividade por um período.

Existem também as tecnologias como fator dificultador caso quem estiver tomando as decisões pela empresa não souber de quais tecnologias serão necessárias para a realização do trabalho; a entrada no mercado, onde é necessário realizar previamente uma obtenção de dados para saber se o mercado é o adequado para se adentrar; a concorrência que irá enfrentar e para se preparar para a concorrência, deve ser feita uma pesquisa sobre os mesmos para se ter uma ideia de quais produtos a empresa deverá ter para se equiparar aos concorrentes e a questão financeira também impacta no andamento dos processos do empreendedor, por não ter incentivos do governo para se abrir uma nova empresa (GREATTI; SENHORINI, 2000).

2.5 Fatores motivadores do empreendedorismo por necessidade e por oportunidade

Dornelas (2016) aponta situações que seriam considerados como motivos certos para empreender por necessidade, como a falta de acesso a chances de se encontrar um trabalho regularizado, formal, onde a baixa qualificação de boa parte das pessoas que procuram um emprego se torna um empecilho, fazendo com que estas pessoas migrem para o trabalho informal; a necessidade de recursos financeiros de modo que consiga suprir suas demandas básicas, realizando qualquer atividade que remunere de forma rápida, e que essa remuneração seja suficiente para resolver suas demandas de sobrevivência; a falta de conhecimento por não ter acesso à educação ou não conseguiram desenvolver no ensino fundamental e a demissão inesperada do emprego fazendo com que a pessoa perca a confiança em si mesma.

Ainda de acordo com Dornelas (2016), as questões que levam ao empreendedorismo por oportunidade parte de alguém que tenha a vontade de melhorar de situação ou pela insatisfação pelo emprego. Estas pessoas podem planejar a saída de seu emprego para começar seu empreendimento após adquirir conhecimento das grandes empresas e juntando recurso financeiro para começar a estruturar seu empreendimento; estas pessoas podem abrir um próprio negócio a partir de uma ideia ou descoberta que auxiliará outras pessoas ou a si mesmo; e até mesmo ter autonomia para não ter que dar satisfação sobre suas ações e atividades para ninguém.

2.6 A transformação da Feira *Hippie* de Belo Horizonte e os produtos que lá são expostos

Segundo a Prefeitura de Belo Horizonte – PBH (2019), a Feira de Arte e Artesanato de Belo Horizonte, conhecida atualmente como Feira *Hippie*, surgiu de ideias de críticos da arte e artistas mineiros. A feira foi estabelecida em 1969, e era

localizada na Praça da Liberdade. Mas, de acordo com Albano *et al*⁸ citado por Carrieri, Saraiva e Pimentel (2008), mesmo os grupos de *hippies* estando envolvidos juntos aos artistas expositores da feira, os *hippies* não participaram da montagem e fundação da mesma. Para Carrieri, Saraiva e Pimentel (2008), a localização onde era realizada a feira na Praça da Liberdade contribuiu para uma criação de laços de amizade entre os feirantes, pois todos que ali estavam eram artesãos.

Mesmo a feira tendo sido criada em 1969, somente em 1973 que a prefeitura oficializou a feira (PBH, 2019), passando a fazer processos seletivos para escolher expositores regulamentando a feira (CARRIERI; SARAIVA; PIMENTEL, 2008). Com o passar do tempo, surgiram normas que fizeram com que a feira que acontecia na Praça da Liberdade fosse realocada para a Avenida Afonso Pena em 1991. Nessa mudança, houve um inchaço da feira, descaracterizando a feira. Com isso, houve a entrada de produtos feitos em série, ou seja, produtos manufaturados com preços mais baixos, dificultando a venda dos artesãos (CARRIERI; SARAIVA; PIMENTEL, 2008).

Sobre os produtos que são expostos na feira, Soares (2019) aponta que: “Na feira tem flores desidratadas e arranjos decorativos, utilidades domésticas, móveis rústicos, cestos, tapetes e cortinas. Tem calçados, bolsas, bijuterias, vestuário adulto e infantil, enxoval para bebês, brinquedos e bichinhos de pelúcia. Tem instrumentos musicais de percussão, pinturas, esculturas e muito mais.”

3 METODOLOGIA

Foi realizada uma pesquisa descritiva, no qual, o seu foco é analisar a situação de um determinado grupo sem modificá-la, segundo Gil (2008). Esta análise busca identificar tudo sobre este grupo para poder estudá-lo, mas para isso, o pesquisador necessita de informações sobre a característica que ele quer estudar. (TRIVIÑOS, 1987). Essa pesquisa será descritiva, pois busca identificar os fatores que levaram os microempreendedores artesãos a exporem seus produtos na Feira *Hippie*.

Em relação a abordagem da pesquisa, esta foi qualitativa, pois segundo Neves (1996), esse tipo de abordagem visa utilizar técnicas e ferramentas para descobrir informações sobre um assunto e expor todos seus detalhes.

Os sujeitos de pesquisa foram oito expositores do setor de couro da Feira *Hippie*. Todos os expositores têm, pelo menos, quatro anos que expõem seus produtos na feira. Esta feira fica localizada no centro de Belo Horizonte todos os domingos. O critério de escolha dos expositores foi pela acessibilidade aos mesmos.

As entrevistas foram realizadas presencialmente, de acordo com a disponibilidade de cada entrevistado e cada entrevista foi gravada com o conhecimento e aprovação dos entrevistados.

Os dados foram obtidos por meio de um roteiro de entrevista semiestruturado, criado pelo autor deste artigo, para analisar quais os principais fatores que levaram os expositores a estarem na Feira *Hippie*. Lakatos e Marconi (2011), a entrevista semiestruturada se baseia na livre montagem do roteiro de entrevista e na abordagem do entrevistado para obter todas as informações necessárias para o desenvolvimento do seu trabalho.

8 ALBANO, C.; LEMOS, C.B.; WERNECK, N.D.; MENICUCCI, T.G. A Cidade na Praça: poder, memória, liberdade. Reunião do GT Estudos Urbanos: Representações e Políticas Públicas. Águas de São Pedro, 24-26 out. 1984.

No quadro abaixo, segue o quadro do roteiro de entrevista deste trabalho contendo as dimensões de pesquisa, as perguntas ligadas às dimensões e os autores que darão embasamento teórico.

Quadro 1 – Roteiro de entrevista contendo dimensões, perguntas e autores.

Dimensões	Perguntas	Autores
O artesão e o empreendedor	Para você o que é ser artesão? Você se considera um artesão? Para você o que é ser empreendedor? Você acredita que o artesão é um empreendedor?	Greatti e Senhorini, 2000; Mazza, Ipiranga e Freitas, 2007; Nogueira, 2012; Baggio e Baggio, 2014.
Dificuldades/ Fatores que propulsionaram a atividade do empreendedorismo	Por que você seguiu essa profissão? Você percebe benefícios em ser empreendedor? Se for sim, quais? Quais dificuldades você enxerga em ser empreendedor?	Greatti e Senhorini, 2000; Tillmann e Gryzbovski, 2005; Dornelas, 2008; Moreira <i>et al</i> , 2013; Dornelas, 2016.
A Feira <i>Hippie</i>	Como você começou a expor na Feira Hippie? Você gosta? Por que? O que te dá mais prazer em expor na Feira Hippie? E dificuldades, quais você pode elencar?	Carrieri, Saraiva e Pimentel, 2008; Dornelas, 2008; Moreira <i>et al</i> , 2013.

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Para analisar os dados, foi usada a técnica de análise de conteúdo, que, para Bardin (2011) é definida como um grupo de técnicas em análises de comunicações que utilizam procedimentos, objetivando a descrição do conteúdo das informações para que seja possibilitada a aplicação de conhecimentos em relação às condições de desenvolvimento e obtenção dessas mensagens.

4 ANÁLISE DE DADOS

Nesta seção é apresentada a análise dos dados obtidos sobre esta pesquisa, de acordo com os seguintes aspectos para a construção do trabalho: Dados demográficos dos artesãos; o artesão e o empreendedor; dificuldades/ fatores que propulsionaram a atividade do empreendedorismo; e a feira *hippie*.

4.1 Dados demográficos dos artesãos

Foram entrevistados 8 expositores da Feira *Hippie*, todos do setor de couros. Esses entrevistados serão representados pela letra E, e pelo número de acordo com a ordem que foi feita a entrevista, como E1, E2, E3 e assim sucessivamente. Os dados foram coletados por meio de entrevistas semiestruturadas. A análise se baseia pelas dimensões citadas na seção anterior. No quadro 2, a seguir, são apresentados os sujeitos de pesquisa.

Quadro 2 – Perfis dos entrevistados

ENTREVISTADO	IDADE	SEXO	TEMPO DE FEIRA (EM ANOS)
E1	63	Masculino	40
E2	62	Masculino	49
E3	48	Masculino	15
E4	55	Masculino	20
E5	52	Masculino	25
E6	53	Masculino	10
E7	54	Masculino	30
E8	54	Masculino	36

Fonte: dados da pesquisa (2019)

Todos os entrevistados são do sexo masculino e possuem pelo menos, dez anos que expõem na Feira *Hippie*, sendo que alguns participaram da feira desde sua localização antiga que era na Praça da Liberdade.

4.2 O artesão e o empreendedor

Em relação à definição do que é ser artesão, os entrevistados afirmaram que um artesão deve realizar uma atividade manual do início ao fim e ter criatividade para criar produtos. Resumindo, fazer arte, como afirmam os entrevistados E4 e E7:

Ser artesão é criar. Ser artesão é o seguinte: você compra a matéria-prima e transforma em arte, por isso chama artesão, (E4).

Essa definição de artesão dada pelo expositor vai ao encontro de Nogueira (2012), quando o autor fala que o artesão cria uma arte por conta própria ou com a ajuda de seus familiares para fazer objetos artísticos. O E7 aponta um outro fator que diferencia o artesão: a criatividade.

Em primeiro lugar, tem que ser uma pessoa criativa, porque tem que criar vários tipos de trabalho né? (E7)

Essa questão vai ao encontro de Batista (2014), no qual o autor explica que o artesão para sobreviver precisou criar coisas para comercializar desde o tempo da queda do império romano.

Em relação aos expositores se considerarem artesãos, todos responderam de forma positiva, mas o E6 explicou o porquê dele se considerar artesão:

Me considero, porque trabalhei com artesanato desde 1982, aí como o artesanato foi ficando mais industrializado, a gente vem acompanhando [...], (E6).

A questão da industrialização do artesanato levantada pelo entrevistado vai ao encontro com Heskett citado por Mazza, Ipiranga e Freitas (2007) que afirma que a forma de se fazer o artesanato foi ficando automatizado, sendo produzido em grandes escalas, fazendo com que essa atividade perdesse sua essência.

Sobre a definição do que é ser empreendedor, os entrevistados afirmaram que um empreendedor é ter capacidade de gerar emprego, fazer a economia girar daquele lugar, criar coisas novas, como ressalta o E3

[...]Como empreendedor, aquele que constrói coisas novas. É o que a gente acaba fazendo a produção girar, o mercado girar, porque mesmo sendo pequeno é um mercado que gira (E3).

O E5 ainda cita uma situação que ele vive no momento, em que ele tem duas pessoas trabalhando junto a ele, e aponta que o empreendedor é aquele que gera emprego.

[...]Pra mim, ser empreendedor é você gerar emprego né? Igual tem aí as duas meninas que trabalham comigo, antigamente[...]eu tinha oito pessoas trabalhando comigo (E5).

Essas questões estão de acordo com Greatti e Senhorini (2000), afirmam que o empreendedor era a pessoa que desenvolvia e tinha algum empreendimento, buscando melhorar sua situação. Baggio e Baggio (2014) complementam que o empreendedor é aquele que busca realizar seus sonhos, corre atrás do que deseja para vivenciar algo novo.

4.2 Dificuldades/fatores que propulsionaram a atividade do empreendedorismo

Em relação aos fatores que levaram aos expositores entrarem na Feira *Hippie*, os E2, E3, E5 e E7 afirmaram que seguiram essa atividade por questões hereditárias, ou seja, incentivos familiares, como explica o E2 que diz:

[...]Aprendi do meu pai, tomei gosto e hoje eu não sei fazer outra coisa. Eu me realizo fazendo isso, (E2).

Essas questões estão de acordo com Adachi citado por Moreira *et al* (2013), onde ele afirma que as atividades que os pais faziam, eles ensinavam aos filhos com a intenção de dar continuidade ao legado da família. O E3 detalha melhor a ideia do autor:

Isso é de família. [...] Meu padrinho ele sempre foi artesão, aí a gente, convivendo com ele, fui aprendendo, quando criança, trabalhei com ele, desde criança a gente trabalha junto né? Trabalhava junto. Então é, e aí eu fui aprendendo e fui gostando. Sempre gostei muito de criar coisas novas. (E3)

Um ponto que vai ao encontro com Lodi e Gersick citado por Tillmann e Gryzbovski (2005), é a questão da idade, questão levantada na fala do E3. Os autores afirmam que a preparação dos próximos sucessores da empresa vem desde sua infância até atingirem a maturidade.

O E1 seguiu essa profissão por acreditar que tinha habilidade para fazer tal atividade. Essa afirmação vai ao encontro com Dornelas (2016), no qual o autor ressalta que um dos fatores que leva o empreendedor por oportunidade a arriscar em um próprio negócio é a questão de se ter uma ideia bem definida do negócio que auxiliará não somente a si mesmo, mas aos outros que serão afetados pela atividade. Sobre a questão de os expositores enxergarem benefícios em ser empreendedor, somente o E8 não enxerga benefícios. Já os demais enxergam alguns benefícios, como ter liberdade para realizar sua atividade como bem entender, como relata o E3

[...]Eu tenho liberdade em fazer as coisas na hora que eu quero, da forma que eu quero. Eu trabalho da minha forma, não dependo de ninguém ditar a forma que tenho que trabalhar, (E3).

Essa questão está de acordo com Dornelas (2016), no qual o autor aponta que um dos motivos para buscar a atividade empreendedora é a liberdade para agir como e quando quiser. O E7 ressalta que a renda que ele tem de seu próprio esforço é um fator beneficiário de ser empreendedor.

[...]tenho minha renda própria, eu não tenho um patrão, faço minha renda também, (E7).

Essa questão vai ao encontro com Dornelas (2008), pois o autor destaca que o empreendedor é aquele que percebe uma oportunidade, cria algo ligado a essa oportunidade afim de gerar renda para si mesmo, consciente dos riscos que se possa ter.

Quando questionado aos entrevistados qual a principal dificuldade enfrentada pelos artesãos em empreender, todos afirmaram que existe alguma dificuldade, como a falta de matéria-prima para a realização do artesanato e os tributos, como relatam os E1 e E8:

As dificuldades são, imposto alto, né? É, imposto alto, é, matéria-prima, dependendo [...] do que você mexe, (E1).

[...] Matéria-prima, é muito difícil de encontrar. (E8).

O que vai ao encontro com Greatti e Senhorini (2000), que aponta que uma das dificuldades da atividade é a política econômica do país, dificultando a obtenção de recursos por conta dos juros expressivos que são realizados no país.

4.3 A Feira Híppie

Ao questionar sobre a forma que os mesmos entraram na Feira Híppie, o E3 e E6 relataram que foram juntamente com algum familiar, ou seja, trabalhava com este familiar na feira.

Foi através do meu padrinho [...] ele já expositou lá há mais de 30 anos e através dele aí eu fui trabalhando com ele [...] e aí desde então eu continuei (E3)

Na Feira Híppie, eu comecei na realidade, foi com a minha irmã, sempre trabalhei com ela (E6)

Essas questões familiares vão ao encontro com Adachi citado por Moreira *et al* (2013), onde o autor explica que as atividades realizadas na família são passadas de pai para filho.

O E7 também relata que foi a partir de um familiar, mas ele ressalta um fator de um empreendedor por oportunidade: a chance.

Eu trabalhava com meu tio na Feira Híppie, aí pintou uma oportunidade de eu adquirir uma licença para mim mesmo (E7)

Essa fala está de acordo com Dornelas (2008) onde o autor aponta que o empreendedor por oportunidade aproveita as chances que aparecem para melhorar sua situação.

Ao questionar sobre o que dá mais prazer em expor na Feira *Hippie*, todos foram unânimes e diretos na questão, como a satisfação dos clientes quando eles efetuam uma compra e saem satisfeitos da barraca, a amizade entre eles, como o E2 afirma.

[...]É as amizades, colegas, a própria necessidade de trabalhar, de movimentar e de ver o povo. Ver o povo comprando, que é o movimento da feira, que pra mim é muito bom, (E2).

Esse argumento vai ao encontro com Carrieri, Saraiva e Pimentel (2008), quando afirmam que, a Feira *Hippie* facilita a interação entre feirantes criando um laço de amizade entre eles.

Já em relação as dificuldades incorridas na feira, todos afirmaram que tem alguma dificuldade na feira, mas a principal apontada foi a questão da entrada de produtos não-artesanais na feira com preços mais baixos, como explicita o E2.

Hoje, a maior dificuldade exatamente é a infiltração de mercadorias não artesanais, entendeu? O mercado virou uma moda livre onde nós temos muitos produtos importados, produtos de fora que tá entrando e que tá tomando lugar [...] (E2)

O E5 complementa a resposta do E2, detalhando melhor a situação da entrada de produtos não – artesanais.

Tem muita gente que [...] saiu da feira, saiu não, não tinha condições de continuar fabricando, porque hoje em dia, fabricar[...]é muito difícil e quase ninguém hoje em dia tá fabricando porque a China chegou e começou a trazer mercadoria muito mais barata[...] (E5)

O que vai ao encontro com Carrieri, Saraiva e Pimentel (2008), quando afirmam que a entrada de produtos manufaturados com preços menores atrapalha as vendas dos artesãos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta seção são apresentadas as considerações finais, apontando os objetivos, abordando os resultados identificados na realização do artigo e apresentando as limitações e sugestões para futuros estudos.

O presente trabalho teve como objetivo principal, identificar os fatores que levam estes empreendedores a expor seus produtos na Feira Hippie de Belo Horizonte. Nesse aspecto, foi possível perceber que a busca pela independência na forma de trabalhar e a influência familiar impactaram diretamente para a busca de um local de trabalho que atingisse esses dois fatores, local esse que é a Feira *Hippie* de Belo Horizonte. Com isso, os artesãos que foram entrevistados estão na feira sobrevivendo a partir do seu esforço para sustentar suas famílias.

De forma específica, o primeiro objetivo buscou identificar qual o principal fator que impulsiona os empreendedores estarem na feira, no qual, a satisfação dos clientes em adquirirem um produto e saírem satisfeitos, foi o principal fator motivador para se manterem na feira, mesmo em situações adversas em questão de vendas no local.

O segundo objetivo pretendeu-se identificar as dificuldades enfrentadas pelos empreendedores dentro da feira, no qual, os entrevistados relataram, a divulgação da feira para chamar mais clientes; a entrada de produtos não-artesanais, preços muitos baixos praticados por alguns; demora para “liberar” licitações para legalizar quem está na feira há muito tempo de forma ilegal e que busca ficar dentro dos conformes legais da legislação vigente na feira; questões climáticas como chuva, frio; fiscalização cobrando de forma excessiva os feirantes, sendo que estes fiscais, de acordo com os entrevistados, não andam de forma legal, não segue todas as regras impostas por eles; a burocracia para conseguir trabalhar na feira; o transporte para conseguir chegar na feira; e as vendas, quando as mesmas não são o suficiente para pagar as coisas “obrigatórias” da feira, foram as dificuldades apontadas pelos expositores.

Uma questão que chamou a atenção foi a união que esses feirantes têm entre eles, em que foi percebido que desde da realização da Feira *Hippie* no seu local antigo, na Praça da Liberdade, estes artesãos procuravam se “conectar” para criar uma grande família, defendendo seu local de trabalho. Uma outra questão interessante percebida foi que a maioria destes entrevistados realizam este ofício do artesanato por uma questão hereditária e estas pessoas acabaram por gostar e seguir o mesmo caminho da atividade dos pais.

O presente trabalho teve limitações como, somente ter conseguido entrevistar artesãos masculinos; o local da entrevista não era propício para tal atividade por ser no local de trabalho deles em que se tem um fluxo grande de pessoas circulando, culminando em um nível de barulho muito alto, dificultando a realização destas entrevistas.

Por este trabalho ter abordado uma pequena parte dos feirantes que lá se encontram, sugere-se que seja realizado novos trabalhos voltados a esta temática por ser um assunto diferenciado e de grande importância, inclusive para a economia da cidade, com proporções maiores de pesquisa de campo.

REFERÊNCIAS

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e Definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**. v.1, n.1, p.25-38, 2014.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BATISTA, Alfredo. Processos de trabalho da manufatura à maquinaria moderna. **Serviço Social e Sociedade**. v.1, n.118, p.209-238, 2014.

CARRIERI, Alexandre de Pádua; SARAIVA, Luiz Alex Silva; PIMENTEL, Thiago Duarte. A institucionalização da Feira Hippie de Belo Horizonte. **Organizações e Sociedade**. v.15, n. 44, p. 63-79, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**. 3ªed. Rio de Janeiro: Elsevier Campus. 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo para visionários: desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação**. Rio de Janeiro: Empreende/ LTC, 2016.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários – gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**. v.34, n.2, p. 5-28, 1999.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas 2008.

GREATTI, Lígia; SENHORINI, Vilma Meurer. Empreendedorismo – Uma visão comportamentalista. **Anais do I EGEPE**. Maringá, Paraná. p. 22-34, 2000.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**, 9ª ed. São Paulo: AMGH Editora, 2014.

LAKATOS, E.M.; MARCONI, M.A. **Metodologia Científica**.5º ed. São Paulo: Atlas, 2011.

LEITE, Emanuel Ferreira. **O fenômeno do empreendedorismo**. São Paulo: Editora Saraiva, 2012.

MAZZA, Adriana Carla Avelino; IPIRANGA, Ana Sílvia Rocha; FREITAS, Ana Augusta Ferreira de. O design, a arte e o artesanato deslocando o centro. **Cadernos EBAPE**. v.5, n.4, p.1-11, 2007.

MOREIRA, Jacqueline de Mello; ALTAF, Joyce Gonçalves; FALCO, Glaucia de Paula; TROCCOLI, Irene Raguene; CURZIO, Paulo Henrique. Estratégias de sucessão em uma empresa familiar: o caso RSM Pneus. **Gestão e tecnologia para a competitividade**. v.1, n.1, p.3-7, 2013.

NEVES, José Luís. Pesquisa Qualitativa – Características, usos e possibilidades. **Caderno de Pesquisas em Administração**, v.1, n.3, p.1-5, 1996.

NOGUEIRA, Maria das Dores Pimentel. **Vale do Jequitinhonha: Cultura e Desenvolvimento**. Belo Horizonte, UFMG/PROEX, 2012.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Empreendedorismo: Vocação, capacitação e atuação direcionadas para o plano de negócios**. São Paulo: Atlas, 2014.

PIMENTEL, Thiago Duarte; CARRIERI, Alexandre de Pádua; SILVA, Alfredo Rodrigues Leite da; ABATE JÚNIOR, Cláudio Borges. De “Woodstock Mineira” a “Camelódromo”: percurso semântico da transformação da identidade em uma feira. In: XXIX Enanpad, 2005, Brasília. **Anais do XXIX Enanpad**. Rio de Janeiro: Anpad, 2005. v.1, p.1-16.

PREFEITURA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE - PBH. **Feira da Afonso Pena**. Disponível em: <https://prefeitura.pbh.gov.br/feiraafonsopena>. Acesso em: 05 set. 2019.

SALIM, Cesar Simões; SILVA, Nelson Caldas. **Introdução ao empreendedorismo: despertando a atitude empreendedora**. Rio de Janeiro, Elsevier Campus, 2010.

SAPIEZINSKAS, Aline. Como se constrói um artesanato – Negociações de significado e uma “cara nova” para as “coisas da vovó”. **Horizontes Antropológicos**. v.18, n.38, p.133-158, 2012.

SOARES, Cleuza. **Visite a Feira Hippie**. Disponível em: <https://feirahippie.com>. Acesso em: 16 out. 2019.

TILLMANN, Cátia; GRZYBOVSKI, Denise. Sucessão de Dirigentes na Empresa Familiar: Estratégias Observadas na Família Empresária. **Organizações & Sociedade**, v.12, n.32, p.45-61, 2005.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais – A pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.