



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
CAMPUS JOÃO PESSOA
DIRETORIA DE ENSINO SUPERIOR
UNIDADE ACADÊMICA DE GESTÃO E NEGÓCIOS
CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

GERMANDA DA CONCEIÇÃO LINS

**ALMOFADAS DE CAPITONÊ:
EMPREENDEDORISMO, ECONOMIA CRIATIVA E SEUS PRODUTOS
ADVINDOS**

**JOÃO PESSOA
2025**

GERMANDA DA CONCEIÇÃO LINS

ALMOFADAS DE CAPITONÊ:
EMPREENDEDORISMO, ECONOMIA CRIATIVA E SEUS PRODUTOS ADVINDOS



TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), curso Superior de Bacharelado em Administração, como requisito institucional para a obtenção do Grau de Bacharel(a) em **ADMINISTRAÇÃO**.

Orientador(a): Profa. Dra. Alice Inês Guimarães Araújo

JOÃO PESSOA
2025

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação – CIP
Biblioteca Nilo Peçanha –IFPB, *Campus* João Pessoa

L759a Lins, Germanda da Conceição.
Almofadas de capitonê: empreendedorismo, economia criativa e
seus produtos advindos / Germanda da Conceição Lins. – 2025.

57 f. : il.

TCC (Graduação – Bacharelado em Administração) – Instituto
Federal da Paraíba – IFPB / Unidade Acadêmica de Gestão - UAG

Orientadora: Prof.^a Dra. Alice Inês Guimarães Araújo.

1. Economia criativa. 2. Empreendedorismo. 3. Técnica do
capitonê. I. Título.

CDU 005.342

Bibliotecário responsável: Thiago de Lima Silva CRB-15/524

AVALIAÇÃO 67/2025 - CCSBA/UA5/UA/DDE/DG/JP/REITORIA/IFPB

Em 17 de dezembro de 2025.

FOLHA DE APROVAÇÃO

Germanda da Conceição Lins

Matrícula 20221460082

ALMOFADAS DE CAPITONÊ: EMPREENDEDORISMO, ECONOMIA CRIATIVA E SEUS PRODUTOS ADVINDOS

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO apresentado em **09/12/2025**, às **9:00** no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), **Curso Superior de Bacharelado em Administração**, como requisito institucional para a obtenção do Grau de Bacharel(a) em **ADMINISTRAÇÃO**.

Resultado: APROVADO

BANCA EXAMINADORA:

(assinaturas eletrônicas via SUAP)

Alice Inês Guimarães Araújo (IFPB)

Orientador(a)

Rosângela Madruga (IFPB)

Examinador(a) interno(a)

Dayse Ayres Mendes do Nascimento (IFPB)

Examinador(a) interno(a)

Documento assinado eletronicamente por:

- **Alice Ines Guimaraes Araujo**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 17/12/2025 21:22:26.
- **Rosângela Madruga**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 18/12/2025 08:28:15.
- **Dayse Ayres Mendes do Nascimento**, CHEFE DE DEPARTAMENTO - CD3 - DGDP-IP, em 18/12/2025 11:19:22.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 17/12/2025. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código: 830607
Verificador: 94b0f1085a
Código de Autenticação:



NOSSA MISSÃO: Ofertar a educação profissional, tecnológica e humanística em todos os seus níveis e modalidades por meio do Ensino, da Pesquisa e da Extensão, na perspectiva de contribuir na formação de cidadãos para atuarem no mundo do trabalho e na construção de uma sociedade inclusiva, justa, sustentável e democrática.

VALORES E PRINCÍPIOS: Ética, Desenvolvimento Humano, Inovação, Qualidade e Excelência, Transparência, Respeito, Compromisso Social e Ambiental.

Dedico este trabalho a todos
que me apoiaram nesta trajetória,
especialmente à minha mãe e a Deus.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço a Deus por ter me dado forças e guiado meus passos ao longo do curso. Também quero agradecer em especial à minha mãe, Marinete, que durante toda essa trajetória acadêmica sempre me incentivou e apoiou em todos os momentos, foi o meu alicerce, me dando coragem para enfrentar os desafios diários e seguir em frente. Seu apoio foi de fundamental importância para que eu superasse as dificuldades e acreditasse no meu potencial.

Aos meus amigos, que tornaram essa caminhada mais leve, e aos meus familiares que estiveram ao meu lado nos momentos mais desafiadores, me apoiando sempre com muito carinho, força e compreensão. Agradeço também aos meus colegas de turma, que contribuíram para o meu crescimento pessoal e profissional.

Agradeço, com muito carinho, à professora Alice, que desde o início me acolheu, apoiou e acreditou, com muita paciência e empatia. Uma pessoa que tive o privilégio de conhecer, uma profissional extremamente competente e dedicada, cuja orientação foi essencial para o desenvolvimento deste trabalho.

Reconheço que muitas pessoas foram fundamentais para eu chegar até aqui. Sou imensamente grata a todos que, de alguma forma, contribuíram para a conclusão desse ciclo tão especial em minha vida. Levarei comigo as boas lembranças e os aprendizados vividos no IFPB, instituição que foi um verdadeiro agente transformador em minha vida.

A todos que me apoiaram desde o início, deixo minha sincera gratidão. Este ciclo representou uma longa caminhada repleta de muitos aprendizados, superações dia após dia e desenvolvimento.

Artesanato é arte.
Pelo olho e pelo tato
nasce a arte verdadeira
daquele artista nato
da galeria ou da feira
o Nordeste é muito grato
é o berço do artesanato
da cultura brasileira.
– Guibson Medeiros

RESUMO

O presente estudo apresenta uma análise da visão empreendedora no cenário da economia criativa por meio de um estudo de caso com uma artesã da Paraíba que trabalha com a técnica do capitonê, desenvolvendo produtos criativos, com destaque para as almofadas de capitonê, que são o carro-chefe do seu negócio. A economia criativa é um campo de muitas riquezas, em que reúne identidade cultural, transformação de ideias em ativos econômicos e, cada vez mais, apresenta crescimento exponencial no mercado, caracterizando-se como uma oportunidade para pequenos empreendedores artesãos. Neste trabalho, buscou-se apresentar de que modo o trabalho da artesã estudada, “Mary Conceição”, estabeleceu seu negócio artesanal como fonte de renda complementar e conseguiu construir uma marca pessoal reconhecida nas redes sociais, como Instagram, YouTube e Facebook. O objetivo geral consiste na análise da visão empreendedora da artesã a partir dos seus produtos criativos desenvolvidos. A pesquisa caracteriza-se como qualitativa, aplicada, descritiva, e guiada por meio de técnicas de pesquisa bibliográfica e estudo de caso único, com toda a descrição do fenômeno dos produtos criativos do capitonê como forma de empreender e gerar renda para o sustento familiar. A coleta de dados ocorreu por meio de entrevistas não estruturadas, observação direta da rotina produtiva e análise das redes sociais utilizadas pela artesã para divulgação e compartilhamento dos tutoriais. O estudo de caso, demonstra em seus resultados, os relatos de vivência da artesã em relação ao seu negócio e trajetória profissional no mercado artesão, bem como ressalta o potencial de crescimento atrelado ao uso estratégico das redes sociais e à competência da artesã na forma de ensino através de tutoriais, que aumentam sua visibilidade e reconhecimento neste meio de artesanato do capitonê. Também foram identificadas algumas melhorias que podem ser implementadas visando seu crescimento e sucesso. Os objetivos da pesquisa foram plenamente alcançados, comprovando que a técnica artesanal do capitonê, atrelada ao empreendedorismo, é capaz de gerar renda, reconhecimento e valorização dentro da economia criativa, principalmente quando unida ao uso estratégico das redes sociais.

Palavras-chave: Almofadas de Capitonê. Artesanato. Economia Criativa. Empreendedorismo artesão. Produto Criativo.

ABSTRACT

The present study provides an analysis of the entrepreneurial mindset within the context of the creative economy through a case study of an artisan from Paraíba who works with the capitonê (tufted) technique. She develops creative products, with particular emphasis on capitonê cushions, which represent the flagship item of her business. The creative economy is a field of great value, bringing together cultural identity, the transformation of ideas into economic assets, and an increasingly exponential growth in the market. For this reason, it has become an opportunity for small artisan entrepreneurs. In this study, the aim was to show how the work of the artisan examined, “Mary Conceição,” established her handmade business as an additional source of income and succeeded in creating a recognizable personal brand on social media platforms such as Instagram, YouTube, and Facebook. The main objective of this study is to analyze the artisan’s entrepreneurial perspective through the creative products she develops. This research is qualitative, applied, and descriptive, and is conducted through bibliographical research methods and a single case study. It offers a detailed account of the phenomenon of capitonê creative products as a pathway to entrepreneurship and as a source of income for sustaining the artisan’s household. Data collection was conducted through unstructured interviews, direct observation of the production routine, and analysis of the social media platforms used by the artisan for promotion and for sharing tutorials. The case study presents, in its results, the artisan’s experiences regarding her business and professional trajectory in the handicraft market, while also highlighting the potential for growth associated with the strategic use of social media and her teaching skills through tutorials, which enhance her visibility and recognition within the capitonê craft community. The study also identified some improvements that can be implemented to support her growth and success. The research objectives were fully achieved, demonstrating that the capitonê craft technique, when combined with entrepreneurship, is capable of generating income, recognition, and appreciation within the creative economy, especially when paired with the strategic use of social media.

Keywords: Capitonê Cushions. Handicraft. Creative Economy. Artisan Entrepreneurship. Creative Product.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: Sofá Chesterfield	22
FIGURA 2: Produção de cadeira com técnica de estofado em capitonê.....	23
FIGURA 3: Mobiliário com a técnica do capitonê no estofado.....	24
FIGURA 4: Artigos de decoração, acessórios e vestuário de capitonê.....	24
FIGURA 5: Modelo da análise SWOT	26
FIGURA 6: Artesã no processo criativo de suas primeiras almofadas.....	31
FIGURA 7: Espaço de confecção dos produtos.....	32
FIGURA 8: Equipamentos, ferramentas e materiais utilizados.....	33
FIGURA 9: Almofadas quadradas.....	34
FIGURA 10: Almofadas redondas.....	35
FIGURA 11: Bolsa de capitonê.....	36
FIGURA 12: Chaveirinho de capitonê.....	36
FIGURA 13: Toalhas de banho bordadas em capitonê.....	37
FIGURA 14: Pano de prato bordado em capitonê.....	38
FIGURA 15: Materiais utilizados nas embalagens.....	39
FIGURA 16: Foto de embalagem.....	40
FIGURA 17: Embalagem de Dia Das Mães.....	40
FIGURA 18: Canal no YouTube da artesã.....	43
FIGURA 19: Tutorial passo a passo da almofada de capitonê	43
FIGURA 20: Passo a passo de um tutorial.....	44
FIGURA 21: Feedback 1 tutorial passo a passo.....	45
FIGURA 22: Feedback 2 tutorial passo a passo.....	45
FIGURA 23: Almofada de uma seguidora por meio dos tutoriais.....	46
FIGURA 24: Visualizações no período de 28 dias no YouTube.....	46
FIGURA 25: Idade e gênero do público no YouTube.....	47
FIGURA 26: Perfil do Ateliê Mary Art Capitonê no Facebook.....	48
FIGURA 27: Visualizações no período de 28 dias no Facebook.....	48
FIGURA 28: Perfil do Ateliê Mary Art Capitonê no Instagram.....	49

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1: Análise SWOT.....	50
------------------------------------	----

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: Período de maior demanda entre os meses típicos e final de ano.....42

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

IFPB: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba
SEC: Secretaria da Economia Criativa

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	17
1.1	OBJETIVOS.....	18
1.1.1	Objetivo Geral.....	18
1.1.2	Objetivos Específicos.....	19
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	20
2.1	CRIATIVIDADE E PRODUTOS CRIATIVOS NO MERCADO.....	20
2.2	EMPREENDEDORISMO E VISÃO EMPREENDEDORA.....	20
2.3	EMPREENDEDOR E VENDAS COM MARKETING DIGITAL DOS PRODUTOS.....	21
2.4	CAPITONÊ COMO PRODUTO CRIATIVO E SUA DIVERSIDADE.....	22
2.5	EMPREENDEDORES DE PRODUTOS CAPITONÊ.....	25
2.6	ANÁLISE SWOT COMO ESTRATÉGIA DOS MICROEMPREENDEDORES NO MERCADO.....	26
3	METODOLOGIA DA PESQUISA.....	27
3.1	CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA.....	27
3.2	UNIVERSO, AMOSTRAGEM E AMOSTRA.....	29
3.3	INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS.....	29
3.4	ANÁLISE DE COLETA DE DADOS.....	30
4	ANÁLISE DE DADOS E RESULTADOS: “CASO” DA EMPREENDEDORA PESQUISADA PELA GRADUANDA DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO IFPB - SEMESTRE 2025.2.....	30
4.1	HISTÓRICO DE VIDA E VISÃO EMPREENDEDORA.....	30
4.2	HISTÓRIA DO PRODUTO CRIATIVO.....	30
4.2.1	Processo do produto criativo estudado.....	30
4.2.2	Local de produção do produto criativo.....	32
4.2.2.1	Ateliê de produção do capitonê.....	32
4.2.2.2	Equipamentos, ferramentas e materiais utilizados para a confecção dos produtos criativos.....	32
4.2.3	Diversidade dos produtos desenvolvidos.....	33
4.2.4	Processo de escolha das embalagens.....	38
4.2.5	Processo de sistema de vendas.....	41
4.2.6	Processo de entrega.....	41
4.3	VENDAS E MARKETING DOS PRODUTOS CRIATIVOS.....	41
4.3.1	VENDAS: Período de maior demanda.....	41

4.3.2 MARKETING DIGITAL: Ferramentas usadas para divulgação e captação de clientes.....	42
4.3.2.1 CANAL YOUTUBE.....	42
4.3.2.2 TUTORIAL DESENVOLVIDO PARA O CANAL YOUTUBE.....	43
4.3.2.3 RECONHECIMENTO E RESULTADOS DEIXADOS PELOS USUÁRIOS PELO USO DO TUTORIAL.....	44
4.3.2.3.1 Exemplo de usuário 1.....	45
4.3.2.3.2 Exemplo de usuário 2.....	45
4.3.2.3.3 Exemplo de usuário 3.....	45
4.3.2.4 Visualização dos produtos.....	46
4.3.2.4.1 Estatísticas de inscritos com visualização em um determinado período de tempo.....	46
4.3.2.4.1 Estatística por Faixa etária e gênero dos usuários em um determinado período de tempo.....	47
4.3.2.5 PAGINA DO FACEBOOK.....	47
4.3.2.5.1 Estatísticas de visualizações por um período no Facebook.....	48
4.3.2.6 PERFIL DO INSTAGRAM.....	49
4.4 ANÁLISE SWOT E RESULTADOS DA MATRIZ SWOT.....	49
4.4.1 ANÁLISE SWOT.....	50
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	52
REFERÊNCIAS.....	54
ANEXOS.....	57

1 INTRODUÇÃO

O setor da economia criativa é um campo repleto de diversidade e em crescimento exponencial, estando presente em nossas vidas em diversas áreas, seja na música que se escuta, nas obras de artes que se admira, na moda em roupas e acessórios que se usa, no design e mídia consumido todos os dias, e no artesanato desenvolvido e presente em diferentes regiões do Brasil e comunidades, com a expressão de seus valores e identidade cultural.

De acordo com Howkins (2013), um dos principais autores que conceituou a economia criativa de forma abrangente, toda ideia que tem um toque de criatividade possui suas particularidades, podendo transformar-se em algo de extremo valor quando se torna um produto ou serviço. E aquele que a idealiza passa, assim, a possuir um poder inimaginável ao criar ou fazer algo novo.

Na economia criativa, é possível inovar por meio das ideias, além de tornar essa criatividade em uma fonte de renda por meio da confecção de produtos criativos e únicos. Segundo Guimarães, Da Cruz e Xavier (2020), entre os segmentos que compõem os setores criativos, o artesanato enquadra-se na categoria de “Patrimônio”, de acordo com a classificação da Secretaria da Economia Criativa. Trata-se de um setor bastante diversificado e forte na cultura do Brasil, especialmente na região Nordeste e no estado da Paraíba, sendo capaz de gerar oportunidades de negócios para os artesãos, micro e pequenos empreendedores, promovendo a economia criativa e contribuindo para o desenvolvimento do setor econômico.

Neste contexto, o presente trabalho apresenta o estudo de caso realizado com uma artesã empreendedora, que dentro deste meio criativo, confecciona de forma artesanal produtos com a técnica do capitonê, tendo como destaque as “almofadas de capitonê”, além de apresentar seu perfil “Mary Art Capitonê”, descrevendo sua trajetória profissional nas redes sociais. Atua no *YouTube*, *Instagram* e *Facebook*, no qual suas criações de almofadas também são um tipo de produto que atraem seu público, e o compartilhamento de seus conhecimentos além de serem bem apreciados por seus seguidores, também a torna uma referência no ensino de capitonê com suas criações manuais.

Além disso, a escolha pelo desenvolvimento desse trabalho de conclusão de curso, dentro da temática abordada, deu-se por estar diretamente ligado à vivência pessoal da autora com a artesã e empreendedora neste tipo de negócio, cuja pessoa estudada, é sua mãe e atua como costureira e artesã desta técnica. A partir dessa experiência familiar e da aproximação com o artesanato, foi possível perceber como funciona a realidade prática do mundo artesão,

querer descrever um diagnóstico da vida desta artesã empreendedora e de sua visão no mercado de trabalho.

A discente, e graduanda responsável por este TCC, ao longo do curso, amadureceu sua visão empreendedora com os conhecimentos adquiridos em sala de aula, juntamente com a ideia e o desejo de construir e formalizar um negócio artesanal rentável, ajudando assim, sua mãe a melhorar seus conhecimentos e se tornar uma profissional deste ramo.

A transformação das almofadas de capitonê em fonte de renda complementar é algo de grande importância para a autora deste estudo, e representa mais do que isso. Além de sua mãe poder lucrar com as almofadas, também pode ver o quanto a faz bem, feliz, produtiva, empoderada e satisfeita com a entrega de cada peça produzida. É como uma forma de terapia para ela, e isso possui um valor inestimável.

Um outro ponto relevante do estudo justifica-se para que possa tornar-se público e que toda a descrição técnica e científica acerca do desenvolvimento e da criação deste trabalho contribua de forma positiva para a instituição de ensino, fomentando a produção científica sobre o tema da gestão da economia criativa, com seus diversos produtos e serviços, visto que se trata de um campo de conhecimento ainda pouco explorado cientificamente, trazendo inclusive dificuldade de escrita neste sentido. Houveram inquietudes ao longo da descrição deste trabalho e os principais questionamentos em torno da temática deste estudo foram: 1- Como a artesã apresenta estrategicamente seus produtos no mercado em que atua? 2- Por que desenvolver produtos de capitonê e empreender neste negócio?; e, 3- Como a artesã pode expandir o seu negócio e aumentar sua visibilidade no mercado artesanal?

No que tange à perspectiva da visão empreendedora acerca da inovação e criatividade no meio artesão, este estudo tem a questão norteadora desta pesquisa e assim, uma questão problema: **Como a visão empreendedora no cenário da economia criativa contribuem para o desenvolvimento e valorização do trabalho artesanal de capitonê da artesã estudada?**

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Apresentar a visão empreendedora no âmbito criativo dos produtos desenvolvidos por uma empreendedora artesã da técnica capitonê.

1.1.2 Objetivos Específicos

1. Mostrar como a criação de almofadas criativas podem se tornar um negócio rentável;
2. Pontuar o papel e a importância das redes sociais na formação de uma marca pessoal para artesãos;
3. Propor estratégias para ampliar a força e valorização do trabalho artesão desenvolvido.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 CRIATIVIDADE E PRODUTOS CRIATIVOS NO MERCADO

De acordo com Howkins (2013), a economia criativa, de um modo geral, é o resultado da combinação entre o mundo da economia e a criatividade. Enquanto a economia funciona como um sistema de produção e consumo de bens e serviços, o lado da criatividade não necessariamente se enquadra como um tipo de atividade econômica, mas pode vir a se tornar uma fonte de geração de renda, gerando valor através da produção de um produto que possa se tornar comercializável, podendo ser um bem ou serviço. O autor ainda ressalta que a origem da criatividade e sua devida ampliação é decorrente dessa conexão entre as duas áreas e que, por meio dessa harmonia, é possível criar valor e uma riqueza de nível extraordinário. Nesse sentido, a economia criativa apresenta-se como um campo de muitas possibilidades e oportunidades, capaz de transformar as ideias em um ativo econômico, promovendo a inovação, desenvolvimento cultural e se tornar uma fonte de renda para muitas famílias.

No Brasil, o setor da economia criativa apresenta crescimento em potencial, de acordo com Lima (2024), este setor é responsável por cerca de 3% do PIB nacional, o que contribui para a geração de empregos, inclusão social, e faz a economia girar.

Na Paraíba, observa-se este crescimento dos pequenos negócios no cenário da economia criativa. Os artesãos, com seus trabalhos criativos, geram valor econômico e fomentam o empreendedorismo, como afirma Chaudhry (2018). Por meio disso, podem ter sua própria fonte de renda, o que representa uma oportunidade para pessoas que buscam meios de sustentar suas famílias. O artesanato paraibano é muito forte e vem sendo cada vez mais reconhecido, tanto em outros estados brasileiros, quanto em outros países. Entre esses trabalhos criativos, destacam-se os produtos artesanais produzidos a partir do algodão colorido natural, da cerâmica e da renda renascença, já reconhecidos pela população, e inclusive alguns destes, pela UNESCO (2024).

2.2 EMPREENDEDORISMO E VISÃO EMPREENDEDORA

Segundo Rodrigues (2024), o empreendedorismo pode ser definido de diversas formas, mas, de modo geral, seguindo a linha de pensamento dos criadores desses conceitos, o empreendedorismo envolve tanto a capacidade de criação de um novo negócio quanto a aplicação da ideia de inovação em algo existente. Dessa forma, percebe-se que o empreendedorismo está presente em diversas áreas do cotidiano, seja na criação de um

pequeno negócio ou em um indivíduo que cria um método inovador de ensino, como exemplifica a autora, ao citar sua experiência de transformar a metodologia de ensino de finanças em um diferencial competitivo no mercado. O empreendedorismo vai além da abertura de uma empresa, é um aspecto que está presente em tudo o que envolve a criação do que é inovador, no qual existe um diferencial encontrado nas oportunidades.

De acordo com Johnson (2019), a visão empreendedora está relacionada com o nosso modo de pensar e agir diferente diante das oportunidades, sendo algo que pode ser adquirido durante alguma fase da vida, não necessariamente nascer com “o dom do empreendedorismo”. O autor ressalta que isso é algo que pode ser aprendido, desenvolvido e colocado em prática.

Quando a visão empreendedora e o empreendedorismo são aplicados de forma conjunta, o caminho a percorrer terá a ideia de um futuro melhor, essa é a base essencial, pois independentemente de se tratar de uma empresa, produto ou novo tipo de serviço, a ideia de algo que será melhor estará presente no processo de criação.

2.3 EMPREENDEDOR E VENDAS COM MARKETING DIGITAL DOS PRODUTOS

Conforme Johnson (2019), o empreendedor é o indivíduo que coloca em prática tudo o que envolve o empreendedorismo, assumindo riscos e buscando oportunidades, além de ter como guia estratégico a tríade das seguintes perguntas: Onde está? Onde quer estar? e Como chegar lá? Segundo o autor, essa é a base fundamental para se ter foco, alcançar o sucesso e lidar com os desafios do caminho empreendedor.

As principais características do empreendedor são a persistência e a capacidade de aprender com os seus próprios erros, bem como aceitar críticas construtivas que contribuam para seu crescimento, sem ficar se limitando a apenas um espaço de atuação no mercado. Existem dois tipos de empreendedores, aqueles que criam novos mercados e os que permanecem nos que já estão consolidados há muito tempo.

Trabalhar com venda de produtos ou serviços no meio digital pode ser um desafio e tanto para algumas pessoas. De acordo com Filipini (2016), o marketing digital oferece uma gama de oportunidades, pois é necessário apenas estudar como funcionam as ferramentas digitais e aproveitar a diversidade de nichos a serem explorados. O indivíduo pode escolher atuar em um segmento em crescimento ou em um campo ainda não muito explorado, mas que pode apresentar potencial de crescimento.

O autor também destaca a flexibilidade do meio digital, que permite testar a viabilidade e aceitação dos produtos ou serviços sem gerar os mesmos custos para o empreendedor quanto geraria caso fosse um negócio físico. A quantidade de e-commerces cresce cada dia mais, já que, atualmente, a maioria das pessoas preferem realizar compras online.

A escolha do nicho é fundamental, pois direciona o empreendedor sobre o que vender na internet, seja uma aula *online*, um livro ou uma peça de artesanato, buscando sempre algo que atenda as necessidades e interesses do público na internet.

De acordo com a análise de Batista (2025), as redes sociais são ferramentas essenciais para os empreendedores artesãos promoverem os seus produtos no ambiente digital, além de viabilizar um alcance maior no público, bem como fortalecer a presença no mercado artesanal e aumentar o reconhecimento do trabalho realizado.

2.4 CAPITONÊ COMO PRODUTO CRIATIVO E SUA DIVERSIDADE

Segundo Martín (2021), a origem da técnica do capitonê teve início por volta do século XVIII, na Inglaterra, em que um sofá chamado Chesterfield foi a peça chave para a origem do capitonê. Por conta da necessidade de um lugar tranquilo e confortável para descansar, o conde de Chesterfield, chamado Philip Stanhope, solicitou que fosse elaborado um sofá que atendesse ao seu pedido, e assim surgiu a técnica que existe até hoje presente em diferentes produtos criativos.

Figura 1: Sofá Chesterfield



Fonte: Imagem do Google Imagens (2025).

De acordo com Lima (2020), o artesanato passou por um processo evolutivo desde sua origem, que aconteceu por volta de 6.000 a.C. O mesmo se aplica ao bordado do capitonê, que com a sua evolução ao decorrer do tempo possibilitou novas formas de aplicação da técnica.

Figura 2: Produção de cadeira com técnica de estofado em capitonê



Fonte: Gaston, Upholstery: A Practical Guide, 1993.

Conforme destaca Tresoldi, Cardoso e Martins (2017), além do capitonê existir há muitos anos, por meio dessa técnica atualmente são confeccionados produtos como colchas, almofadas, e muitos outros produtos. Normalmente utiliza-se tecidos, que são riscados e marcados de forma quadriculada e geométrica, sendo finalizado com a aplicação de botões ou pérolas.

A diversidade da confecção de peças em capitonê se espalhou pelo mundo, permitindo a produção de diversos produtos criativos, dentre eles também estão cabeceiras de cama, balcões, puffs e cadeiras.

Figura 3: Mobiliário com a técnica do capitonê no estofado



Fonte: Imagem do Google Imagens (2025).

De acordo com o recorte atual de alguns dos produtos desenvolvidos com a aplicação da técnica do capitonê, percebe-se sua evolução ao longo dos anos e como ela passou a ser empregada em produtos de diversas áreas, abrangendo artigos de decoração, como almofadas e colchas de cama, acessórios como bolsas e até peças de roupas no design têxtil.

Figura 4: Artigos de decoração, acessórios e vestuário de capitonê



Fonte: Imagem do Google Imagens (2025).

Como destaca Vieira (2015), no ano de 2013 ocorreu um concurso para novos designers da área da moda, por meio do projeto chamado Estação da moda, da Secretaria de Ciência e Tecnologia (Secitec), em João Pessoa - PB. O ganhador foi William Moura, responsável pela primeira criação de um vestido de algodão colorido confeccionado com a técnica de capitonê.

Isso representa um marco para essa técnica, pois demonstra como a união da matéria-prima do algodão colorido com o capitonê pode resultar em um produto de grande valor e beleza. Além de apresentar inovação, fortalece o reconhecimento da técnica e contribui de forma singular e de extremo valor para a moda e artesanato regional.

Oliveira (2021) et. al, enfatiza que existe uma relação entre o design e o artesanato, que colaboram com a promoção do consumo consciente ao mostrar a realidade do trabalho cotidiano do trabalho artesanal por meio dessa proximidade com os artesãos, contribuindo também para o desenvolvimento e enriquecimento do saber através da troca de conhecimento entre as duas áreas.

2.5 EMPREENDEDORES DE PRODUTOS CAPITONÊ

Os empreendedores artesãos são, em sua grande maioria, compostos por pessoas do gênero feminino. Conforme afirma Lima (2024), o setor conta com cerca de 8,5 milhões de artesãos, dos quais 77% são mulheres.

De acordo com Vecchia e Menon (2024), por meio de políticas públicas pode-se promover a valorização do trabalho artesanal que possibilita para muitas mulheres uma forma de fonte de renda, um fato importante, diante da dificuldade que algumas enfrentam ao tentar se inserir no mercado e conciliar com as responsabilidades domésticas. Um outro ponto relevante, é o quanto essas iniciativas colaboram para o fomento do empoderamento feminino, independência financeira e vida social.

Em muitos casos, as artesãs que trabalham com a técnica do capitonê já trabalham ou possuem experiências anteriores com costura ou outros tipos de artesanatos. Um exemplo apresentado pelo Salão de Artesanato da Paraíba (2018), em Campina Grande - PB, foi o da artesã empreendedora Djanete Figueirêdo, que participou da feira ofertando oficinas de bordado da técnica capitonê de forma gratuita para o público participante.

Durante o ano de 2015, o projeto Paraíba Criativa divulgou os trabalhos de algumas artesãs, entre elas a Ivaldina França, de João Pessoa - PB, que trabalha com a produção de

bolsas e colchas de capitonê utilizando o algodão colorido natural, e a Maria José, residente da capital da Paraíba, que produz almofadas de capitonê.

Ainda conforme Vecchia e Menon (2024), em sua análise observa que a participação nas feiras de artesanatos representa uma oportunidade para a exposição, impulsionamento de divulgação e o aumento de vendas das peças artesanais.

Percebe-se que, apesar de ainda não ser uma técnica com amplo reconhecimento em comparação aos outros tipos de artesanatos, o capitonê está ganhando seu espaço de forma progressiva no meio artesão, principalmente, por causa de sua presença em feiras e alguns eventos oficiais que valorizam o trabalho manual e ressaltam a importância da economia criativa.

2.6 ANÁLISE SWOT COMO ESTRATÉGIA DOS MICROEMPREENDEDORES NO MERCADO

Segundo Hofrichter (2017), a ferramenta da análise SWOT tem como principal objetivo auxiliar os micro e pequenos empreendedores a criarem suas próprias estratégias de negócio, visando melhorar aspectos negativos e potencializar suas principais qualidades para lidar com os desafios do mercado competitivo.

A análise SWOT permite que os empreendedores possam ter uma visão holística e estratégica de forças, oportunidades, fraquezas e ameaças, conforme apresentado na Figura 5.

Figura 5 - Modelo da Matriz SWOT

	Internas		Negativas ou potencialmente negativas
	Pontos Fortes	Pontos Fracos	
Positivas	Oportunidades	Ameaças	
	Externas		

Fonte: HOFRICHTER, Markus. Análise SWOT: quando usar e como fazer. Simplíssimo, 1. ed. São Paulo: Simplíssimo, 2017.

O autor explica como funciona cada área, a parte ligada ao interno da organização inicia com os pontos fortes, que podem ser aspectos materiais ou imateriais. Já os pontos

fracos são considerados gargalos (falhas) que impedem a empresa de atingir seus objetivos. Quanto à área externa, as oportunidades são descritas como fatores favoráveis que contribuem para o desenvolvimento da empresa e, por fim, as ameaças representam os elementos que a organização não pode controlar, como questões relacionadas à concorrência, por exemplo, que podem prejudicar seu crescimento no mercado que atua.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

A metodologia para a construção de um trabalho e pesquisa técnico-científica é de fundamental importância, pois constitui o alicerce para o seu desenvolvimento de forma estruturada e correta. Segundo Prodanov e Freitas (2013), a metodologia envolve procedimentos técnicos e aplicações que servem como base para a construção e desenvolvimento dos conhecimentos, com a finalidade de comprovar a veracidade dos fatos e possibilitar sua utilização nas diversas áreas da sociedade.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Quanto à abordagem deste trabalho, trata-se de uma pesquisa qualitativa, que, segundo Minayo et al. (2002), corresponde a diversas questões que são consideradas mais complexas, como motivos, valores, propósitos, e ações que não podem ser quantificadas. No caso deste estudo, buscou-se compreender o fenômeno do capitonê, em que foi explicado as motivações que deram início ao trabalho da artesã empreendedora, bem como interpretando e analisando todo o processo de criação dos produtos confeccionados.

Quanto à natureza, a pesquisa utilizada neste trabalho é de natureza aplicada, buscando atender ao objetivo geral, que é apresentar a visão empreendedora por meio de produtos criativos desenvolvidos pela artesã estudada. De acordo com Prodanov e Freitas (2013), a pesquisa aplicada tem como objetivo principal a geração do conhecimento por meio da prática, com foco na resolução dos problemas da realidade dos interessados. Nesse sentido, o presente estudo foi aplicado a partir da análise do caso de uma artesã que trabalha com produtos criativos, desenvolvendo a técnica de costura e bordado do capitonê.

Quanto aos objetivos, a pesquisa adotada foi a descritiva, que segundo Gil (2002), tem como principal objetivo descrever detalhadamente os aspectos e problemas de uma realidade, buscando aprofundar o conhecimento. Neste estudo, a pesquisa descritiva envolveu

a descrição da trajetória profissional da artesã e dos elementos essenciais utilizados em seu processo produtivo do capitonê.

Quanto aos procedimentos técnicos, para a realização da pesquisa, foram utilizadas pesquisas em livros, portais e revistas técnicas científicas, artigos e sites de relevância. Com base no tipo de pesquisa bibliográfica, que, segundo Almeida e Leite (2016), é desenvolvida a partir de materiais que já existem e foram publicados, compreendendo a utilização de livros, revistas, artigos científicos e, com o avanço da era digital, também de materiais disponíveis na internet. A pesquisa bibliográfica foi aplicada desde o início, servindo como base para fundamentar o desenvolvimento deste estudo.

Além de pesquisa bibliográfica, também conta com outro procedimento técnico, a pesquisa do tipo de estudo de caso, que, de acordo com Zanella (2013), consiste em um tipo de investigação mais detalhada, com foco em um ou mais objetos, permitindo aprofundar o conhecimento acerca de um grupo de indivíduos, uma única pessoa ou uma organização. Neste trabalho, o caso estudado é o de uma artesã que iniciou sua carreira profissional no ramo artesanal, desenvolvendo sua visão empreendedora por meio da comercialização e da promoção de seus produtos criativos de capitonê.

O **estudo de caso único** foi o método utilizado nesta pesquisa, que de acordo com Yin (2015), é focado em único indivíduo e possui algumas condições envolvendo até cinco justificativas, podendo ser um caso peculiar, crítico, revelador, comum ou longitudinal. Primeiramente, o estudo de caso tem que estar diretamente relacionado com a teoria ou ideias de interesse teórico.

Dessa forma, a teoria tem que ter um conjunto de circunstâncias claras com proposições consideradas verídicas e que sejam especificadas. Poderá ser utilizado, então, para definir se as proposições são verídicas ou a relevância de algumas das explicações.

A primeira justificativa baseia-se na relevância que o caso único terá para a teoria sendo selecionado para desenvolvimento.

A segunda justificativa é quando o caso representa uma situação peculiar ou extrema, distanciando-se de acontecimentos do cotidiano e das normas da teoria. Já a terceira está relacionada ao caso comum, que tem como objetivo coletar algumas circunstâncias presentes no cotidiano, dado o conhecimento que pode conceder sobre o processo social que tenha relação com algum interesse da teoria.

A quarta é o do caso revelador, quando surge a oportunidade para que o pesquisador observe e analise um fenômeno ainda não explorado e que seja algo inacessível para a investigação científica social. E por último a quinta justificativa, o caso longitudinal, quando é realizado

mais de um estudo em tempos diferentes sobre o mesmo caso. E no estudo de caso deste estudo enquadra-se na terceira justificativa, o caso comum.

3.2 UNIVERSO, AMOSTRAGEM E AMOSTRA

O **universo** deste trabalho foi constituído por um único indivíduo e a **amostra** também, delimitou-se na artesã estudada de Santa Rita - PB. De acordo com Marconi e Lakatos (2017), o universo pode ser definido como o conjunto de indivíduos que possuem em comum uma ou mais características.

Já a **amostragem** foi a **não probabilista**, que, segundo Silva e Menezes (2005), caracteriza-se pela seleção dos indivíduos de forma mais objetiva, podendo assumir tipos diferentes, como a amostragem intencional, em que se escolhe um que represente a população, e a amostragem por quotas, em que diversos elementos do universo são selecionados de forma proporcional.

3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

A **coleta de dados** desta pesquisa ocorreu por meio da utilização de alguns instrumentos. Segundo Marconi e Lakatos (2017), o instrumento de coleta de dados é composto por técnicas aplicadas à pesquisa para agrupar informações relevantes, podendo envolver entrevistas, observações, questionários, entre outros.

Neste caso analisado foram feitas entrevistas **de modo informal** com a artesã, que é a mãe da autora, além de **observações e conversas diretas**, aplicando a expertise da autora, adquirida pela convivência e apoio técnico para com sua mãe, empreendedora estudada.

Já de acordo com Yin (2015), no estudo de caso único a coleta de dados ocorre por meio de registros em arquivos, documentos, entrevistas, observações de modo direto ou participante e objetos físicos. O autor acima citado reforça as técnicas usadas neste estudo de caso analisado

A autora deste TCC, a partir dos seus **conhecimentos adquiridos**, teve a oportunidade de contribuir com o trabalho da artesã, auxiliando na criação da conta do instagram e na produção de vídeos voltados para a divulgação e promoção dos tutoriais acerca da técnica do bordado de capitonê.

3.4 ANÁLISE DE COLETA DE DADOS

Neste trabalho, a captação das informações ocorreu por **meio de entrevistas de modo informal** com a artesã, ainda com as **observações e conversas diretas**, feitas pela pesquisadora, que acompanhou a rotina da artesã em casa durante o processo produtivo desses produtos criativos de capitonê. Assim a autora deste trabalho conseguiu descrever a análise desta pesquisa.

4. ANÁLISE DE DADOS E RESULTADOS: “CASO” DA EMPREENDEDORA PESQUISADA PELA GRADUANDA DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO IFPB - SEMESTRE 2025.2

4.1 Histórico de vida e visão empreendedora

A empreendedora artesã estudada neste Trabalho de Conclusão de Curso é mãe da autora, a criadora da almofada de capitonê e do perfil de almofadas criativas “Mary Art Capitonê”, se chama Marinete Maria da Conceição, porém é mais conhecida pelo seu público como “Mary Conceição” e tem 47 anos. Atua como costureira há mais de 20 anos e tem uma carreira em torno de 10 anos como artesã. Quando deu início a sua trajetória na produção de peças artesanais, com destaque na venda das almofadas de capitonê, percebeu outra oportunidade de fonte de renda extra através da divulgação de seus conhecimentos e criações nas redes sociais, que iniciou em 2015, e atualmente acumula cerca de 22 mil seguidores.

A autora desta pesquisa, graduanda do curso superior de Bacharelado em Administração, no Instituto Federal da Paraíba (IFPB), desde os 12 anos teve contato e proximidade com o artesanato, acompanhando de perto o trabalho realizado por esta empreendedora artesã, cuja pessoa, é sua mãe, participando com o passar dos anos, inclusive, das etapas e produções de algumas peças, o que possibilitou uma compreensão mais aprofundada no que tange o empreendedorismo criativo e, levou a escolher esse tema da economia criativa, que envolve o trabalho realizado pela artesã empreendedora para ser o objeto de estudo de caso deste TCC.

4.2 HISTÓRIA DO PRODUTO CRIATIVO

4.2.1 - Processo do produto criativo estudado

De acordo com Howkins (2013), em diversas situações e atividades as pessoas podem acabar exercitando o campo da imaginação ao pensarem em novas ideias e possibilidades,

direcionando-se, assim, para um caminho em que é possível explorar o valor econômico dessas ideias.

Acerca do estudo de caso abordado, a ideia de criação das almofadas de capitonê teve sua origem em uma fase bastante desafiadora na vida da artesã empreendedora estudada, que é da cidade de Santa Rita - PB, e que após sua separação buscou uma fonte de renda complementar para a sua família. Nesse período, recebeu a proposta de uma colega que já dominava a técnica do capitonê e possuía uma rede de clientes estabelecida no mesmo bairro que residia na cidade, mas que, devido à alta demanda de encomendas, precisava de alguém para auxiliar na produção, e a convidou para trabalharem juntas, em conjunto.

No ano de 2014, foi um momento crucial para a empreendedora iniciar a sua carreira com a técnica do bordado do capitonê, pois já tinha experiência como costureira e, em conjunto com a técnica do artesanato, foi se desenvolvendo cada vez mais. Sempre motivada a melhorar suas técnicas e aprender novos modelos, estudando de forma autodidata, por meio de vídeos, textos, livros, sempre pegos pela internet e ainda, comprando revistas nas bancas que tinham este tipo de técnica. Com isso, seus trabalhos passaram a ter um toque único, com os aprimoramentos da técnica aplicados em cada produção/produto.

O produto inicial foi almofada e depois com o passar dos anos, os clientes passaram a ter maior preferência por suas criações, o que levou a dupla a se separar. E a partir de então, essa costureira artesã seguiu carreira de forma individual e profissional.

Figura 6 - Artesã no processo criativo de suas primeiras almofadas



Fonte: Página do Facebook da artesã (2025).

Os pedidos realizados pelos consumidores foram crescendo ao decorrer do tempo, contribuindo para o aumento das vendas.

4.2.2 - Local de produção do produto criativo

Neste espaço insere-se o local em que o produtos é produzido, ver abaixo:

4.2.2.1 Ateliê de produção do capitonê

A artesã trabalha de forma individual desde que deixou de trabalhar em conjunto com sua colega, em 2015. E atualmente, o ateliê de produção funciona em sua própria residência, em Santa Rita - PB, no bairro de Marcos Moura. Conforme apontam Vecchia e Menon (2024), isso proporciona uma maior autonomia e melhor gestão do tempo, além de possibilitar uma conciliação entre as atividades produtivas com suas demandas familiares.

Figura 7 - Espaço de confecção dos produtos



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Todo o processo produtivo depende totalmente da artesã. Além de produzir, ela mesma fez todas as pesquisas de preços para a aquisição das matérias-primas, realizando visitas de forma presencial nas principais lojas de aviamentos da região de João Pessoa - PB.

4.2.2.2 Equipamentos, ferramentas e materiais utilizados para a confecção dos produtos criativos

Os equipamentos, ferramentas e materiais utilizados pela artesã são de excelente qualidade de acordo com suas escolhas e pesquisas, garantindo uma melhor gestão, controle e eficiência em seu processo produtivo. As máquinas de costura utilizadas são a Singer, para costura reta, e a Overlock, para dar acabamento nas costuras laterais.

Figura 8 - Equipamentos, ferramentas e materiais utilizados



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Os principais materiais utilizados são a manta acrílica e fibra siliconada, para aplicar o preenchimento nas peças, tecido oxford, seda e couro ecológico, linhas, pérolas, alfinetes, agulhas, botões, elásticos, zíper, argolas para os chaveirinhos, e giz para marcação dos tecidos. Entre as ferramentas destacam-se as tesouras, base de corte, cortador (para desmanchar linhas), régua de acrílico e régua de MDF, para auxiliar na marcação dos tecidos, conforme apresentado na figura 8.

4.2.3 - Diversidade dos produtos desenvolvidos

Senhoras, Takeuchi e Takeuchi (2007) destacam que o investimento no desenvolvimento de novos produtos tem se tornado algo importante para os negócios, pois contribui para a elevação da qualidade dos produtos e para o diferencial competitivo no mercado.

A diversidade de opções de produtos foi crescendo à medida em que a artesã aprendia novas formas de aprimorar a sua técnica no bordado do capitonê, passando a comercializar, além das almofadas, bolsas, chaveirinhos, toalhas e panos de pratos. Alguns de seus modelos desenvolvidos serão apresentados a seguir.

Produto 1: Almofadas Quadradas

Figura 9 - Almofadas quadradas



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

A primeira almofada desenvolvida pela artesã foi o modelo da primeira imagem presente na figura 9. O modelo possui um ponto denominado “ponto fofoca”, também conhecido como “casinha de abelha”, devido à sua aparência que se assemelha com a colmeia das abelhas. A técnica consiste na marcação do tecido em quadriculados e na costura manual dos pontos que formam uma flor. Os acabamentos finais são feitos na máquina de costura, etapa em que é colocado o zíper e feita a finalização para preenchimento da almofada com a fibra siliconada. Leva uma média de 4 dias para ser concluída.

Para esse modelo, utiliza-se um tecido do tipo oxford com tamanho de 69cm x 69cm, que após finalizada fica 42cm X42cm, sendo este o modelo mais simples. Na maioria das almofadas, as cores mais encomendadas são vermelho, verde e amarelo.

O segundo modelo é o ponto “flor de mariposa”, um dos pontos mais complexos, que exige muitas horas de dedicação até sua finalização. Ele segue o mesmo padrão inicial, no qual o tecido é marcado com giz ou desfiado seguindo um gráfico que forma uma grade, e os pontos são costurados à mão para franzir o tecido, formando um relevo acolchoado. A confecção dessa peça demanda, em média, cerca de oito dias para ser confeccionada.

O terceiro modelo, apresentado na figura acima, é o “ponto fofoca pastelzinho”. A costura do bordado é desenvolvida em formas de pequenos quadrados, e quando finalizada, pode lembrar o formato de pastéis. A confecção da peça leva, em média, aproximadamente cinco dias para ser concluída.

Já a última imagem mostra o modelo com o ponto denominado “fofoca girassol”. Sua costura segue o mesmo processo do primeiro modelo, entretanto, é aplicada de forma inversa à da casinha de abelha. Suas quatro pontas são costuradas em relevos que formam ondas, o que faz com que se assemelhe a uma flor de girassol. Durante o processo de produção, a peça tem duração de aproximadamente sete dias para ser completamente finalizada.

O desenvolvimento e criação das almofadas representam um campo repleto de possibilidades para novas ideias e inovações, pois, a partir de um mesmo gráfico, é possível produzir variações de até cinco pontos diferentes.

Produto 2: Almofadas Redondas

Figura 10 - Almofadas redondas



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Na figura 10, são apresentadas as almofadas redondas, que também são conhecidas como “almofadas pneu”. O processo de confecção dessa almofada segue exatamente o mesmo padrão inicial da quadrada, em que o tecido é marcado e costurado manualmente, depois as laterais são fechadas na máquina de costura. Utiliza-se o dobro de tecido em relação ao modelo quadrado, sendo necessário 1,64cm X 1,09cm total de tecido. Quando finalizada, seu tamanho fica 42cm X 42cm.

O primeiro modelo da figura é o ponto onda, no qual a técnica consiste em unir os pontos do tecido marcado, e isso acaba formando uma onda. Já o segundo modelo, denominado ponto folha, é produzido unindo e cruzando os pontos entre si, criando um relevo

que se assemelha à forma de folhas. Por fim, é feito o alinhavo em círculo, que é puxado e preenchido com fibra siliconada, e aplicado os botões. Esse tipo de almofada leva, em média, oito dias para ser produzida.

Produto 3: Bolsa

Figura 11 - Bolsa de capitonê



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

A bolsa de capitonê confeccionada pela artesã faz parte de seus estudos em constante aprimoramento, sendo uma de suas criações que obteve sucesso desde o início. Na figura, é apresentada uma bolsa pequena com o ponto “bolinha trevo”. Nesse modelo, a artesã decidiu experimentar novas texturas de tecido, utilizando couro ecológico, além do tecido oxford, empregado desde o início na confecção das almofadas. A partir dessa experiência, foi possível perceber que a técnica do capitonê, quando aplicada em diferentes tipos de tecidos, também apresenta ótimos resultados. A confecção dessa peça leva aproximadamente quinze dias para ser completamente finalizada.

Produto 4: Chaveirinho

Figura 12 - Chaveirinho de capitonê



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

O chaveirinho bicolor apresentado na Figura 12 é confeccionado com o ponto “bolinha trevo”, cuja aparência assemelha-se a um trevo de quatro folhas. A técnica utilizada em sua confecção é dividida em duas etapas. Primeiramente, as partes foram bordadas em duas cores diferentes, formando uma composição harmoniosa entre os tons. Essa variação possibilita diversas formas de inovação, por meio do uso de diferentes tecidos e texturas. Além disso, essa técnica contribui para a economia de materiais, pois permite o reaproveitamento de retalhos que excedem na produção das almofadas.

O tecido utilizado para sua confecção mede, em média, 18cm x 18cm, e pronto fica 7cm x 7cm. Após a costura manual dos pontos, é feito o fechamento das laterais na máquina de costura, logo em seguida passa para a etapa de preenchimento com a fibra siliconada e aplicação de uma argola. O processo de produção dessa peça tem duração aproximada de 4 dias até sua finalização.

Produto 5: Toalhas De Banho

Figura 13 - Toalhas de banho bordadas em capitonê



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

As toalhas bordadas em capitonê representam mais uma inovação que a artesã teve em seu processo produtivo. Na primeira imagem da Figura 13, observa-se que, além do bordado em tecido oxford com o ponto “fofoca margarete”, foram aplicados outros elementos, como um bico com fita de cetim vermelho e uma pequena rosa confeccionada em cetim branco, o que agregou ainda mais valor, beleza e delicadeza ao modelo.

O segundo modelo foi confeccionado em um tecido de cetim, com o ponto “fofoca bolinha trevo”. Nesse caso, os pontos foram costurados de forma mais espaçada, a fim de criar o efeito de um bordado mais ampliado. O tom do tecido rosé contribuiu para destacar os

detalhes da peça, enquanto o bico com a fita de cetim na cor caramelo proporcionou um acabamento mais harmonioso e refinado. A confecção dessas peças leva, em média, aproximadamente três dias para ser concluída.

Produto 6: Pano de Prato

Figura 14 - Pano de prato bordado em capitonê



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Na figura 14 é apresentado mais um dos produtos criativos desenvolvidos pela artesã, o pano de prato com bordado em capitonê. O ponto utilizado é o ponto “fofoca bolinha trevo”, no qual as flores são costuradas e preenchidas ao meio com a fibra siliconada, para dar esse efeito de relevo único.

De modo geral, foi dessa forma que a artesã foi conquistando clientes interessados em diferentes produtos de sua criação, seja para uso pessoal, para presentear amigos e familiares ou para decorar suas casas. Assim, ela encontrou um caminho para diversificar sua produção e destacar o seu diferencial competitivo no mercado do artesanato.

4.2.4 Processo de escolha das embalagens

Para embalar os pedidos que são próximos da região em que a artesã reside, em Santa Rita e João Pessoa - PB, a artesã utiliza uma sacola de papel kraft ou de TNT tamanho pequeno ou médio, para empacotar os itens encomendados. Além disso, é adicionado um perfume aromático, para proporcionar ao cliente uma experiência agradável e aconchegante ao receber e abrir sua encomenda.

Para os pedidos enviados a cidades distantes ou de outros estados, utiliza-se uma caixa de papelão, que pode variar no tamanho dependendo da quantidade de almofadas que são encomendadas para envio. Após a montagem e a colocação do papel seda dentro da caixa, a artesã empacota todos os produtos dentro de uma sacola plástica transparente, e sela com um adesivo personalizado do ateliê. Em seguida, a caixa é fechada com uma fita adesiva resistente e recebe a etiqueta gerada para envio.

Para presentes, pode-se utilizar a sacola kraft ou uma caixa de papelão branca, que podem ser decoradas conforme a escolha do cliente, utilizando um laço vermelho de fita de cetim. Dentro da caixa ou sacola, coloca-se o papel seda e um pouco de palha decorativa, finalizando a embalagem com o perfume aromático.

Figura 15 - Materiais utilizados nas embalagens



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Essas encomendas em sua maioria foram realizadas por meio de indicações de clientes as suas amigas, mas após um tempo a artesã foi aderindo aos meios digitais para a divulgação de seus produtos, o que contribuiu de forma positiva para o seu crescimento e maior alcance nas vendas.

Os pedidos iniciais foram de pessoas próximas, residentes no mesmo bairro da artesã. Com o passar do tempo, esses pedidos se estenderam a pessoas de outras cidades e, ao buscar

expandir sua divulgação por meio das redes sociais, começou a receber pedidos até de outros estados, um dos pedidos sendo embalado pode ser visto na figura 16, a seguir:

Figura 16 - Foto de embalagem



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Na figura 17, é apresentado um dos pedidos realizados pelos clientes sendo embalado, de modo geral, esses pedidos envolvem diferentes ocasiões, desde o Natal até presentes para o Dia das Mães, como mostrado a seguir.

Figura 17 - Embalagem de Dia Das Mães



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Todas encomendas realizadas possuem o processo de embalagem de acordo com a quantidade de produtos, ocasião e desejos dos clientes.

4.2.5 - Processo de sistema de vendas

Para atender aos clientes, é enviado um material em PDF, com fotos, valores e demais informações sobre cada modelo de almofada. Além de um texto padrão que contém perguntas como: qual modelo desejam, preferência de cor, tamanho, quantidade, se prefere retirar na residência da artesã ou receber em casa, se o envio será para cidade distante, outro estado ou não, e a forma de pagamento desejada.

4.2.6 Processo de entrega

O processo logístico e de distribuição das encomendas funciona de duas formas. Para os pedidos mais próximos, a entrega pode ser realizada pela própria artesã na casa do cliente, ou também podem optar por retirar na residência da artesã.

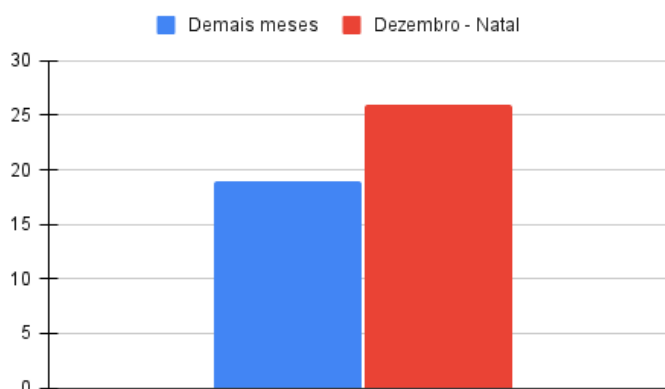
Para entregas de encomendas em outros estados, utiliza-se o site “Melhor Envio” para gerar as etiquetas dos Correios com valores mais acessíveis, e depois a artesã entrega pessoalmente em uma das agências, que ficam responsáveis pela parte de entregar na residência do cliente. Dependendo da região, o prazo de entrega da encomenda costuma ser de quatro a sete dias.

4.3 VENDAS E MARKETING DOS PRODUTOS CRIATIVOS

4.3.1 VENDAS: Período de maior demanda

Em relação ao período de maior procura pelo produto criativo, os pedidos eram feitos entre o final do ano, no natal e no ano novo. As encomendas das almofadas de capitonê, em sua grande maioria sempre confeccionadas para mulheres, que desejam que suas casas sejam mais aconchegantes e com um toque de beleza especial com as almofadas artesanais. Como apresentado no gráfico de demanda a seguir.

Gráfico 1 - Período de maior demanda entre os meses típicos e final de ano, nos anos 2015 e 2016



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

No gráfico 1, revela a diferença na demanda entre os anos de 2015 a 2016, a procura por almofadas de capitonê durante o período de Natal foi de 26 unidades, sendo o dobro dos demais meses.

Cabe destacar que embora o negócio demonstre ser vantajoso, nessa época a artesã não tinha domínio sobre o gerenciamento de seu tempo e nem estabelecia limites para sua produção, chegando, diversas vezes, a passar muitas noites em claro durante a madrugada confeccionando as suas peças, o que tornava o processo produtivo extremamente desgastante e cansativo.

4.3.2 MARKETING DIGITAL: Ferramentas usadas para divulgação e captação de clientes

Segundo Batista (2025), as redes sociais são ferramentas digitais que colaboram com a forma de divulgação e comercialização dos produtos criativos. Além de contribuir com o impulsionamento das vendas amplia a visibilidade do trabalho produzido. A seguir, será pontuado quais redes sociais são utilizadas pela artesã e qual a importância delas para sua carreira profissional no mercado.

4.3.2.1 CANAL YOUTUBE

Em paralelo às vendas das almofadas, iniciou também um canal no *YouTube*, no ano de 2015, para mostrar sua rotina no dia a dia. Nos vídeos em que aparecia produzindo almofadas, começaram a surgir comentários pedindo para que a artesã ensinasse a fazer o passo a passo da produção das peças. Esse foi um momento importante para a empreendedora, que precisou ter uma visão ampla sobre suas almofadas e seu valor diante o mercado, isto fez com que,

além de expandir seu trabalho como artesã, passasse também a compartilhar conhecimento desse trabalho criativo e empreendedor neste mercado, assim produziu aulas usando este canal¹, com pessoas que queriam adquirir tal saber e técnica.

Figura 18 - Canal no YouTube da artesã



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

No canal da artesã no *YouTube*, ela compartilha diversas aulas e tutoriais passo a passo, mostrando como fazer cada ponto, suas variações e dando dicas para que seus seguidores aprendam a técnica do bordado do capitonê de forma fácil e descomplicada.

4.3.2.2 TUTORIAL DESENVOLVIDO PARA O CANAL YOUTUBE

Figura 19 - Tutorial passo a passo da almofada de capitonê



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

¹ Ver figura 18 sobre o canal no *Youtube* da artesã empreendedora, chamado “Mary Art Capitonê”.

Na figura 19, é apresentado um exemplo de seus diversos vídeos compartilhados com seu público, e na figura a seguir é demonstrado seu passo a passo.

Figura 20 - Passo a passo de um tutorial



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

De acordo com a figura 19, a artesã inicia seu vídeo mostrando um gráfico completo com o desenho do ponto, e neste exemplo da figura 20, observa-se que fez as marcações no tecido com giz branco. Após essa apresentação inicial, em que demonstra como é o modelo do ponto e também como será riscado no tecido, ela inicia a etapa da costura do bordado manual, mostrando de forma clara e detalhada cada passo, para que os seguidores consigam entender da melhor forma.

No vídeo, a artesã também ensina a fazer o alinhavo para prender as bordas do tecido. A etapa de costurar na máquina para fechar a almofada normalmente não é incluída, pois o foco do vídeo é ensinar a fazer os pontos do bordado. Para essa etapa de fechamento da almofada foi feito um vídeo específico com as devidas explicações. Quem não possui máquina ou não sabe costurar na máquina precisa apenas levar na costureira as partes do tecido já bordado apenas para finalização.

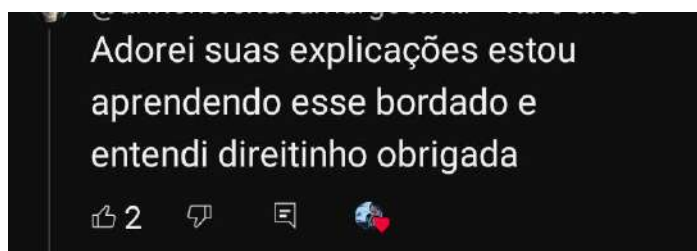
4.3.2.3 RECONHECIMENTO E RESULTADOS DEIXADOS PELOS USUÁRIOS PELO USO DO TUTORIAL

Muitos seguidores expressam nos comentários como gostam de aprender com as explicações da artesã, como pode ser observado a seguir.

4.3.2.3.1 - Exemplo de usuário 1

Alguns dos inscritos do canal no *Youtube* costumam deixar, nos comentários, expressões de gratidão e relatos de aprendizados e resultados positivos que tiveram com os tutoriais da artesã, conforme apresentado na figura a seguir.

Figura 21 - *Feedback 1* tutorial passo a passo

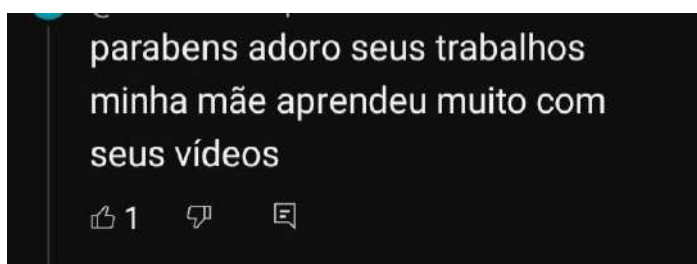


Fonte: Elaborado pela autora (2025).

4.3.2.3.2 Exemplo de usuário 2

Além dos resultados positivos que os inscritos expressam por meio dos comentários no canal, eles também relatam o compartilhamento dos conteúdos aos seus familiares e conhecidos próximos.

Figura 22 - *Feedback 2* tutorial passo a passo



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

4.3.2.3.3 Exemplo de usuário 3

A almofada de capitonê desenvolvida na figura abaixo é o resultado mostrado por uma das seguidoras da artesã.

Figura 23 - Almofada de uma seguidora por meio dos tutoriais



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

A maioria de seus seguidores do *YouTube*, são pessoas que chegam até o canal por meio de recomendações de outras pessoas, *Instagram* e de grupos no *Facebook* de capitonê, nos quais a artesã faz parte e compartilha seus vídeos.

4.3.2.4 Visualização dos produtos

No painel do *YouTube* fica disponível uma página para acessar os dados e informações sobre os resultados do canal, em que é possível visualizar a quantidade de inscritos, visualizações semanais, mensais e informações sobre o público.

4.3.2.4.1 Estatísticas de inscritos com visualização em um determinado período de tempo

Figura 24: Visualizações no período de 28 dias, de 09/09/2025 até 06/10/2025 no *Youtube*

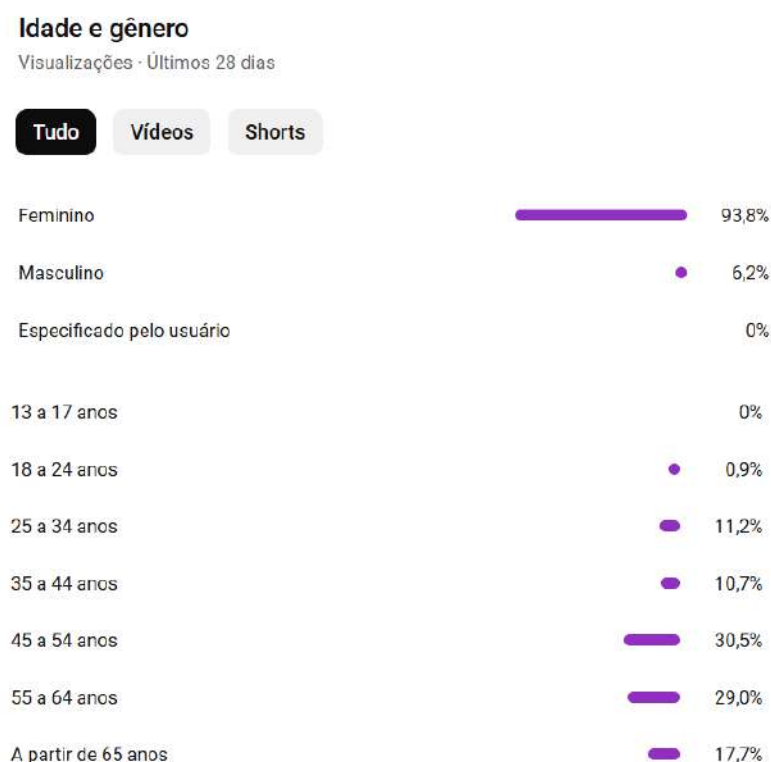


Fonte: Elaborado pela autora (2025).

No período dos 28 dias no *Youtube*, o perfil da artesã apresentou uma performance estável e positiva, com 10 mil visualizações mensais e um aumento de 66 novos inscritos no canal. Além disso, o painel de informações também disponibiliza dados referentes ao público, acerca do gênero e faixa etária, conforme apresentado na figura a seguir.

4.3.2.4.2 Estatística por Faixa etária e gênero dos usuários em um determinado período de tempo

Figura 25 - Idade e gênero do público no *Youtube*



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Segundo os dados apresentados, a maior parte do público do canal da artesã no *YouTube* é composta por mulheres, representando 93,8%, enquanto os homens correspondem a 6,2%. Além disso, a maioria dos inscritos está na faixa etária entre os 45 a 64 anos.

4.3.2.5 PÁGINA DO FACEBOOK

Após a criação do canal do *YouTube*, em 2016 a artesã criou uma página no *Facebook* buscando facilitar a comunicação e interação com seu público do canal, além de divulgar os conteúdos de seus tutoriais.

Figura 26: Perfil do Ateliê Mary Art Capitonê no Facebook

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

A página da artesã conta com cerca de 1,800 seguidores, este meio de comunicação possibilita uma relação mais direta com seu público e auxilia na aproximação, o que gera maior vínculo com seu público por meio de suas publicações e interações via mensagens.

4.3.2.5.1 Estatísticas de visualizações por um período no Facebook

Figura 27 - Visualizações no período de 28 dias no Facebook

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

4.3.2.6 PERFIL NO INSTAGRAM

No ano de 2019, foi criado o perfil @maryartcapitone na rede social *Instagram*. A partir de então, o perfil passou a ganhar notoriedade, e o número de pessoas alcançadas foi aumentando de forma gradativa e orgânica.

Figura 28 - Perfil do Ateliê Mary Art Capitonê no Instagram



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Os produtos confeccionados pela artesã também começaram a ser mais reconhecidos pelas regiões de Santa Rita e João Pessoa, na Paraíba, além de outros estados, por conta do maior alcance atingido com as redes sociais.

4.4 ANÁLISE SWOT E RESULTADOS DA MATRIZ SWOT

Uma contribuição para entender mais amplamente o trabalho desenvolvido pela empreendedora estudada foi inserir os dados com informações conhecidas e identificadas em um plano estratégico de SWOT. Conforme Hofrichter (2017), essa ferramenta permite identificar, compreender e analisar o ambiente interno (pontos fortes e fracos) e lidar com os desafios e possibilidades do ambiente externo (ameaças e oportunidades) de um negócio, o que possibilita a tomada de decisões cruciais para o sucesso no mercado. Todos esses pontos foram analisados, identificando-se possíveis melhorias e formas de lidar com as adversidades.

4.4.1 - ANÁLISE SWOT

Quadro 1: Análise SWOT

<p>Pontos Fortes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes sociais; • Produto criativo artesanal; • Qualidade dos produtos; • Diversificação dos produtos; • Capacidade para ensinar e compartilhar o conhecimento; • Produto personalizado; • Peças para presentes; 	<p>Pontos Fracos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formas de pagamento; • Marketing digital e publicidade; • Ausência de um espaço físico próprio para o ateliê; • Ausência de participação em eventos e feiras artesanais;
<p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Datas sazonais; • Parcerias; • Tendências de produtos artesanais e personalizados; • Realização de feiras e eventos artesanais locais; • Interesse crescente por cursos e workshops de artesanatos; 	<p>Ameaças:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concorrentes com forte domínio da técnica; • Instabilidade econômica; • Aumento de custos de materiais; • Riscos logísticos; • Atrasos na logística de entrega das vendas online;

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

ANÁLISE CRUZADA DOS PONTOS FORTES E AMEAÇAS

A artesã pode utilizar seus pontos fortes, como o da qualidade e criatividade artesanal, para manter a fidelidade de seus clientes e enfrentar ameaças do mercado, especialmente a concorrência que possui forte domínio da técnica, para que continue oferecendo originalidade em suas criações e diferencial no mercado. A capacidade de ensinar e compartilhar conhecimentos também é uma forma de se manter à frente dos concorrentes, pois contribui para o fortalecimento da imagem da artesã e a torna um tipo de referência, gerando uma nova oportunidade de renda por meio de cursos e workshops de artesanato.

Por meio da diversificação e produtos personalizados, a artesã pode oferecer uma variedade de peças com diferentes preços, possibilitando que, mesmo diante de uma situação de instabilidade econômica e aumento dos custos dos materiais, consiga atender a um público variado e ofertar seus produtos com preços acessíveis, conforme o poder de compra de cada cliente. Dessa forma, é possível atender à demanda sem prejudicar as vendas.

Além disso, a utilização das redes sociais como canal de comunicação possibilita um contato mais direto com seus clientes e o compartilhamento de informações claras em relação a riscos logísticos, como extravios e avarias durante o transporte dos produtos. Isso pode ajudar a minimizar a insatisfação dos clientes caso ocorra algum problema, pois eles estarão cientes de que a responsabilidade não é da artesã que vendeu, mas da transportadora que fica encarregada pelo envio.

ANÁLISE CRUZADA DOS PONTOS FRACOS E OPORTUNIDADES

Alguns dos principais pontos fracos do negócio da artesã Mary Art Capitonê são a falta de diversificação na forma de pagamento. Desde o início, a artesã utiliza apenas três opções: Pix, à vista e parcelado por meio de carnê físico, o que acaba gerando custos com impressão e impede o atendimento a uma grande parte de clientes que preferem outras formas de pagamento, como boleto ou cartão de crédito. Portanto, torna-se necessário investir nas demais modalidades de pagamento para atrair mais clientes e, consequentemente, potencializar o crescimento do negócio, além de aproveitar o aumento da demanda com as tendências de produtos artesanais personalizados, cuja procura apresenta resultados de crescimento.

Com relação ao marketing digital e à publicidade, a artesã não conta com auxílio profissional para realizar suas divulgações e atrair clientes, principalmente em períodos sazonais, como dia das mães, natal e ano novo, para que seja direcionado e alinhado com o tema e público-alvo. Dessa maneira, é importante investir em consultoria de um especialista na área, para que possa orientar a artesã na realização do marketing digital e publicidade dos produtos de forma mais estratégica, além de auxiliar na melhoria da identidade visual do negócio, visto que existe a ausência de mais itens personalizados que possam ser incorporados às peças confeccionados e comunicação visual. Esse aprimoramento irá contribuir para uma identidade com maior consistência, fortalecendo o posicionamento no mercado e gerando melhores resultados para a imagem e crescimento do negócio.

A artesã ainda não possui um espaço próprio para o ateliê, pois, desde que iniciou nesse ramo, trabalha em um pequeno espaço separado em sua residência. Ela sonha em montar um local adequado para o ateliê futuramente, o que proporcionará melhor estrutura para a produção, exposição das peças, organização dos materiais em estoque e maior flexibilidade para a criação dos conteúdos para o canal do *Youtube*. Isso permitirá alcançar mais qualidade na produção e nos conteúdos oferecidos, aproveitando o crescente interesse por cursos e workshops de artesanatos online.

Outro ponto identificado é a ausência de participação da artesã em eventos e feiras artesanais, o que acaba por limitar suas oportunidades de divulgação e possíveis parcerias com empresas e instituições, tanto para impulsionar o volume de vendas quanto para aprimorar sua formação por meio de capacitações. Outras possibilidades de parcerias incluem lojas de aviamentos (para obter desconto), designers de interiores (para indicar suas peças artesanais decorativas), lojas de decoração e salões de beleza femininos (para brindes especiais).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo apresentar a visão empreendedora no âmbito criativo dos produtos desenvolvidos por uma empreendedora artesã da técnica capitonê, neste sentido, o objetivo geral foi atendido na descrição dos relatos da artesã quando identificou uma oportunidade de renda após uma situação de dificuldade, quando buscou aprimorar suas habilidades técnicas deste artesanato para ter seu diferencial no mercado, e quando passou a aproveitar as redes sociais para ensinar e divulgar seus produtos criativos.

Em relação aos objetivos específicos, buscou-se mostrar como a criação de almofadas criativas podem se tornar um negócio rentável, que foi alcançado quando buscou-se mostrar que com a produção destas almofadas a artesã teve crescimento nas encomendas e expansão de sua presença no mercado por meio das redes sociais.

Ainda buscou-se pontuar o papel e a importância das redes sociais na formação de uma marca pessoal para artesãos, que foi feito no caso da artesã por meio de redes sociais como o *Facebook*, *Instagram* e *Youtube*, e este objetivo específico foi atendido quando foi mostrado como entrar nessas redes sociais mudou sua trajetória profissional, fortalecendo sua imagem como artesã além de contribuir com seu reconhecimento em crescimento contínuo.

Bem como, buscou-se propor estratégias para ampliar a força e valorização do trabalho artesão desenvolvido, e este objetivo foi alcançado quando se fez análise Swot, descrita na

análise de dados. Neste sentido foi alcançado todos os objetivos específicos e assim o objetivo geral foi plenamente atendido.

Também houveram inquietudes da pesquisadora que neste estudo de caso buscou responder:

1 - Como a artesã apresenta estrategicamente seus produtos no mercado em que atua? E neste sentido, a artesã divulga seus produtos estrategicamente por meio das redes sociais com fotos, vídeos e tutoriais, mantendo um relacionamento mais próximo com seus clientes, além de valorizar a experiência dos clientes com embalagens decoradas e bem embaladas, possui uma diversificação de produtos com personalização.

Não diferente, houve uma pergunta 2 - por que desenvolver produtos de capitonê e empreender neste negócio? E foi descrito que neste caso definido, a necessidade foi de existir, se profissionalizar, e buscar ter uma vida com melhores condições financeiras depois de separada.

Por fim, tão importante quanto as outras perguntas, 3 - como a artesã pode expandir o seu negócio e aumentar sua visibilidade no mercado artesanal? A artesã pode expandir seus negócios na área do ensino, com a criação de novos produtos e serviços, como a venda de apostilas de seus tutoriais da técnica do capitonê e aulas individuais para tirar dúvidas e aprendizado personalizado, de forma online e presencial quando tiver o espaço próprio do ateliê, e hoje a expansão é feita tanto por desenvolvimento de vídeos mais aprimorados com melhor qualidade, como melhoramento das técnicas aplicadas nas almofadas e produtos advindos.

Diante do descrito, houve pleno atendimento às questões deste estudo. Entretanto, houveram limitações desta pesquisa com a parte bibliográfica, no que tange produtos criativos e relacionados com a técnica artesanal do capitonê.

Como sugestões, primeiramente propõe-se que a artesã registre sua marca e logotipo, para garantir seus direitos autorais, e que também realize a formalização como Microempreendedora Individual (MEI), para se regularizar. Além disso, recomenda-se que realize o cadastro para obter a carteira de artesão, o que possibilitará acesso a capacitações da área e a novas oportunidades. E que adote a plataforma de e-commerce, como a Shopee ou um site próprio, visando alcançar um público mais diversificado e amplo, para aumentar sua visibilidade e potencial de vendas.

E como sugestão para pesquisas futuras, sugere-se pesquisar como as políticas públicas podem colaborar para o fortalecimento do papel social do artesanato, mediante suas possibilidades de atuação em diferentes áreas da sociedade.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA GOV. **Governo Federal recria Secretaria de Economia Criativa no MinC.**

Brasília, 29 mai. 2025. Disponível

em: <https://agenciagov.etc.com.br/noticias/202505/governo-federal-recria-secretaria-de-economia-criativa-no-minc>. Acesso em: 21 set. 2025.

ALMEIDA, Adriana Aparecida Borin de; LEITE, Leandro Butier; TUANI, Marcelo (coord.). **Manual de Metodologia da Pesquisa Aplicada à Educação**. Porto Feliz: Faculdade de Porto Feliz, 2016. Disponível em:

https://www.famo.com.br/arquivos/pdfs/graduacao/licenciatura/pedagogia/metodologia_pesquisa.pdf. Acesso em: 22 out. 2025.

BATISTA, Jamilly da Silva. **Redes sociais e artesanato em cidades do Brejo Paraibano: percepções sobre desafios e benefícios para a comercialização**. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Marketing) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba, Guarabira, 2025. Disponível em:

<https://repositorio.ifpb.edu.br/handle/177683/4689>. Acesso em: 25. nov. 2025.

CHAUDHRY, Alia Nasim. **A criatividade do artesanato paraibano: fonte para narrativas e crescimento econômico**. In: IV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 41, 2018, Joinville-SC. Anais. Joinville-SC: Intercom, 2018. Disponível em:

<https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-2205-1.pdf>. Acesso em: 25 nov. 2025.

FILIPINI, Dailton. **Empreendedorismo na Internet: como agarrar esta nova oportunidade de negócios**. 1. ed. São Paulo: LeBooks Editora, 2016.

GASTON, Desmond. **Upholstery: a practical guide**. 1. ed. London: HarperCollins, 1993.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOVERNO DA PARAÍBA. **Artesanato paraibano conquista reconhecimento de excelência da UNESCO e do Conselho Mundial do Artesanato**. João Pessoa, 22 abr. 2024. Disponível em:

<https://paraiba.pb.gov.br/noticias/artesanato-paraibano-conquista-reconhecimento-de-excelencia-da-unesco-e-do-conselho-mundial-do-artesanato>. Acesso em: 20 out. 2025.

GUIMARÃES, Patrícia B. V.; CRUZ, Fernando Manuel R.; XAVIER, Yanko M. de Alencar. **Economia criativa: vetor de desenvolvimento sustentável**. 1. ed. São Paulo: Clube de Autores, 2020.

HOFRICHTER, Markus. **Análise SWOT: Quando usar e como fazer**. 1. ed. Porto Alegre: Revolução eBook, 2017.

HOWKINS, John. **Economia criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas**. Tradução de Ariovaldo Griesi. São Paulo: M. Books do Brasil Editora Ltda., 2013.

JOHNSON, Kevin D. **A mente do empreendedor: os 100 hábitos e comportamentos dos mais bem-sucedidos empresários do mundo**. 1. ed. São Paulo: Astral Cultural, 2019.

LIMA, Décio. **Artesanato: uma economia tecida a mãos**. Agência SEBRAE, 2024. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br>. Acesso em: 20 out. 2025.

LIMA, Martha Lohane Silva. **O artesanato como forma de manifestação cultural e sua contribuição socioeconômica**: um estudo sobre o mercado do artesanato de Penedo – AL. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Econômicas) – Unidade Educacional Santana do Ipanema, Campus do Sertão, Universidade Federal de Alagoas, Santana do Ipanema, 2020. Disponível em: <https://www.repositorio.ufal.br/jspui/handle/123456789/8311> . Acesso em: 23. nov. 2025.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MARTÍN, Lucía. **O que é o capitonê e qual a sua origem?** A técnica do famoso sofá Chesterfield. Idealista News, 13 ago. 2021. Disponível em: <https://www.idealista.pt/news/imobiliario/habitacao/2021/08/13/48505-o-que-e-o-capitone-e-qual-a-sua-origem-a-tecnica-do-famoso-sofa-chesterfield>. Acesso em: 23. nov. 2025.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.); DESLANDES, Suely Ferreira; NETO, Otávio Cruz; GOMES, Romeu. **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. 34. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

OLIVEIRA, Júnior Maciel de; DELFINO, Milena Oliveira; BARRETO, Patrícia de Novaes; CARNEIRO, Raquel Salgado. **Design e artesanato**: conexão e identidade. *Analecta*, Juiz de Fora, v. 7, n. 2, p. 1–12, 2021. Disponível em: <https://seer.uniacademia.edu.br/index.php/ANL/article/view/3084>. Acesso em: 23. nov. 2025.

PARAÍBA CRIATIVA. **Ivanilda França de Oliveira**. João Pessoa (PB), 21 out. 2015. Disponível em: <https://paraibacriativa.com.br/artista/ivanilda-franca-de-oliveira/>. Acesso em: 20 out. 2025.

PARAÍBA CRIATIVA. **Maria José de Melo Amorim**. João Pessoa (PB), 25 nov. 2015. Disponível em: <https://paraibacriativa.com.br/artista/maria-jose-de-melo-amorim/>. Acesso em: 20 out. 2025.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Editora Feevale, 2013. Disponível em: <https://www.feevale.br/>. Acesso em: 22 out. 2025.

PROGRAMA DO ARTESANATO PARAIBANO - PAP. **Nosso artesanato – Programa do Artesanato Paraibano**. 2020. Disponível em: <https://pap.pb.gov.br/artesaosparaibanos>. Acesso em: 22 set. 2025.

PROGRAMA DO ARTESANATO PARAIBANO - PAP. **Salão de Artesanato da Paraíba disponibiliza oficinas gratuitas em Campina Grande**. João Pessoa: Governo da Paraíba, 25 jun. 2018. Disponível em: <https://paraiba.pb.gov.br/noticias/salao-de-artesanato-da-paraiba-disponibiliza-oficinas>. Acesso em: 20 out. 2025.

RODRIGUES, Nathália. **Precisa dar certo: um guia para empreendedores reais**. 1. ed. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2024. 112 p. e-book.

SEBRAE. **Economia criativa impulsiona negócios de arte popular em João Pessoa**. João Pessoa: SEBRAE, 11 jan. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/economia-criativa-impulsiona-negocios-de-art-e-popular-em-joao-pessoa.c2a7d281b12a5810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 22 set. 2025.

SENHORAS, Elói Martins; TAKEUCHI, Kelly Pereira; TAKEUCHI, Katiuchia Pereira. **Gestão da inovação no desenvolvimento de novos produtos**. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA – SEGeT, 4., 2007. Anais [...]. Resende, RJ: Associação Educacional Dom Bosco, 2007. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/228839727_Gestao_da_Inovacao_no_Developim ento_de_Novos_Produtos. Acesso em: 11 dez. 2025.

SILVA, Ana Cláudia Rodrigues da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. Florianópolis: UFSC, 2005. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1A8MOJiPIAWCn7pwc2MW6mI4iMIS2y31/view>. Acesso em: 22 out. 2025.

TRESOLDI, Mara Eloisa; MARTINS, Letícia Wilke Franco; CARDOSO, Luciana Sarmento. **Nossas histórias: o envelhecimento entrelaçado em pontos de capitonê**. Anais da XI Mostra Científica do Cesuca, Cachoeirinha, v. 1, p. 255–272, nov. 2017. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/333642591>. Acesso em: 16 nov. 2025.

VECCHIA, R. V. R. D.; MENON, R. A. **Empreendedorismo no artesanato**. CONTRIBUCIONES A LAS CIÊNCIAS SOCIALES, [S. l.], v. 17, n. 8, p. 01-18, 2024. DOI: 10.55905/revconv.17n.8-324. Disponível em: <https://ojs.revistacontribuciones.com/ojs/index.php/clcs/article/view/9644>. Acesso em: 25 nov. 2025.

VIEIRA, Francisca. **Técnicas artesanais aliam tradição ao design contemporâneo**. EcoFriendlyCotton, 5 nov. 2015. Disponível em: <https://www.ecofriendlycotton.com/2015/11/tecnicas-artesanais-aliam-tradicao-ao-design-contemporaneo/?lang=pt-br>. Acesso em: 23 nov. 2025.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos**. tradução: Cristhian Matheus Herrera. - 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

ZANELLA, Liane Carly Hermes. **Metodologia de Pesquisa**. 2. ed., reimpr. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração / Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), 2013. Disponível em: <https://www.kufunda.net/publicdocs/Metodologia>. Acesso em: 22 out. 2025.

ANEXOS

ROTEIRO DA ENTREVISTA, CONVERSAS E OBSERVAÇÕES APLICADAS NESTE CASO ESTUDADO

1. Histórico de vida e visão empreendedora
2. Ateliê de produção do capitonê
3. Equipamentos, ferramentas e materiais utilizados para a confecção dos produtos criativos
4. Diversidade dos produtos desenvolvidos
5. Processo de escolha das embalagens
6. Processo de sistema de vendas
7. Processo de entrega
8. Vendas: Período de maior demanda
9. Marketing Digital: Ferramentas usadas para divulgação e captação de clientes
10. Canal Youtube
11. Página Do Facebook
12. Perfil No Instagram
13. Carteira de artesão



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
Campus João Pessoa - Código INEP: 25096850
Av. Primeiro de Maio, 720, Jaguaribe, CEP 58015-435, João Pessoa (PB)
CNPJ: 10.783.898/0002-56 - Telefone: (83) 3612.1200

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

Entrega do TCC

Assunto:	Entrega do TCC
Assinado por:	Germanda Lins
Tipo do Documento:	Anexo
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- **Germanda da Conceicao Lins, DISCENTE (20221460082) DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO - JOÃO PESSOA**, em 28/01/2026 09:14:29.

Este documento foi armazenado no SUAP em 28/01/2026. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1745021

Código de Autenticação: 0b2742ac64

