



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE GESTÃO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

EMANUELLY RAMOS DA SILVA

**BEZERROS EMPREENDEDOR: uma análise do perfil de quem gera negócios
no município pernambucano**

Caruaru
2025

EMANUELLY RAMOS DA SILVA

**BEZERROS EMPREENDEDOR: uma análise do perfil de quem gera negócios
no município pernambucano**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso de Graduação em Administração, do Campus do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco, na modalidade monografia, como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Área de concentração:
Empreendedorismo

Orientadora: Daniella Ramos da Silva

Caruaru
2025

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Silva, Emanuely Ramos da.

Bezerros empreendedor: uma análise do perfil de quem gera negócios no município pernambucano / Emanuely Ramos da Silva. - Caruaru, 2025.
55 p.

Orientador(a): Daniella Ramos da Silva
(Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, , 2025.

Inclui referências, apêndices.

1. Empreendedorismo. 2. Perfil Empreendedor. 3. Bezerros. 4. Pequenos negócios. 5. Desenvolvimento local. I. Silva, Daniella Ramos da. (Orientação). II. Título.

300 CDD (22.ed.)

EMANUELLY RAMOS DA SILVA

**BEZERROS EMPREENDEDOR: uma análise do perfil de quem gera negócios
no município pernambucano**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso de Graduação em
Administração, do Campus do Agreste da
Universidade Federal de Pernambuco, na modalidade
monografia, como requisito parcial à obtenção do
grau de Bacharel em Administração.

Aprovado em: 22/07/2025.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a Dr^a. Daniella Ramos da Silva (Orientadora)
Centro Acadêmico do Agreste (CAA)/UFPE

Prof^a. M.Sc. Lizandra Kelly de Araujo Santana (Examinadora Interna)
Centro Acadêmico do Agreste (CAA)/UFPE

Prof. Dr. Cleysson Ricardo Jordão Braga Dias (Examinador Interno)
Centro Acadêmico do Agreste (CAA)/UFPE

Dedico este trabalho aos meus pais, que não puderam concluir nem o ensino fundamental e que, mesmo sem compreenderem plenamente o caminho que trilhei, vibram por essa conquista. Esta conquista, que é nossa, carrega também a marca de onde vim — e de tudo o que precisei superar para chegar até aqui.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, em especial, à minha tia Daniella, por ter sido uma ponte entre o meu mundo e tantas outras realidades que eu jamais teria conhecido sozinha. Desde cedo, foi ela quem me ofereceu vivências e experiências que ampliaram meu olhar e me mostraram possibilidades que, enquanto menina do interior, eu nem imaginava poder alcançar. Sua presença e incentivo foram fundamentais para que eu acreditasse no meu potencial e nos caminhos que poderia trilhar.

Sou grata à minha família, por todo o suporte e por me proporcionar uma educação de qualidade ao longo de toda a minha vida escolar. A vocês, meu sincero reconhecimento: meu pai, Edinho; minha mãe, Elaine; meu tio, Dnart; e meu avô, Djalma.

Aos professores que fizeram parte da minha formação, deixo meu agradecimento pelo conhecimento compartilhado, pela paciência e pelo compromisso com o ensino.

Aos colegas de turma, deixo meu carinho e gratidão — especialmente à Lethicia Sobral e a Alan Vasconcelos — que estiveram ao meu lado desde o início da graduação. Com eles, dividi angústias, medos, apereios e também muitas alegrias. Tornaram essa jornada mais leve, acolhedora e feliz.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar o perfil dos empreendedores no município de Bezerros, Pernambuco, a partir de uma abordagem qualitativa. A pesquisa foi realizada por meio de um formulário semiestruturado, aplicado a 36 empreendedores atuantes em diversos setores econômicos locais. A análise do *corpus* teve como base a tipologia de Fillion (1988), que classifica perfis empreendedores em Lenhador, Convertido, Missionário, Sedutor, Hobbysta e Jogador. Os resultados revelam predominância dos perfis Lenhador, Convertido e Missionário, refletindo uma realidade marcada por empreendedorismo por necessidade, mas também por sinais de amadurecimento estratégico. Identificaram-se como principais desafios a falta de apoio institucional, acesso limitado a crédito e baixa oferta de capacitação. Por outro lado, os empreendedores demonstram disposição para o aprimoramento contínuo e estratégias voltadas ao crescimento. O estudo destaca ainda a influência do turismo e da cultura local como vetores de empreendedorismo, especialmente em eventos como o Carnaval dos Papangus. A pesquisa contribui para o entendimento do empreendedorismo em cidades de pequeno porte, oferecendo subsídios para políticas públicas e ações de fomento mais eficazes.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Perfil empreendedor; Bezerros; Pequenos negócios; Desenvolvimento local.

ABSTRACT

This study aims to analyze the profile of entrepreneurs in the municipality of Bezerros, Pernambuco, using a qualitative approach. Data were collected through a semi-structured questionnaire applied to 36 entrepreneurs from various local economic sectors. The analysis was based on Filion's (1988) typology, which classifies entrepreneurial profiles into categories such as the Woodcutter, the Converted, and the Missionary. Results show a predominance of the Woodcutter, Converted, and Missionary profiles, reflecting a context marked by necessity-driven entrepreneurship, but also signs of strategic development. The main challenges identified include lack of institutional support, limited access to credit, and low availability of training. On the other hand, participants showed willingness to seek knowledge and adopt strategies for business growth. The research also highlights the role of local culture and tourism—especially events like the Papangus Carnival—as important drivers of entrepreneurship. This study contributes to the understanding of entrepreneurship in small towns and offers valuable insights for public policy and support initiatives.

Keywords: Entrepreneurship; Entrepreneurial profile; Bezerros; Small business; Local development.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Categorias temáticas emergentes com base nas respostas dos empreendedores	35
Quadro 2	Perfis Empreendedores identificados com base na Tipologia de Fillion (1988)	36

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
1.1	PROBLEMA DE PESQUISA	11
2	OBJETIVOS	12
2.1	OBJETIVO GERAL	12
2.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
3	JUSTIFICATIVA	13
4	REFERENCIAL TEÓRICO	14
4.1	EMPREENDEDORISMO	14
4.2	EMPREENDEDORISMO NO BRASIL	18
4.3	EMPREENDEDORISMO EM PEQUENAS CIDADES	20
4.4	IMPORTÂNCIA, BENEFÍCIOS E INOVAÇÃO DO EMPREENDEDORISMO	22
4.5	FATORES DE SUCESSO E INSUCESSO NO EMPREENDEDORISMO	24
5	METODOLOGIA	27
5.1	JUSTIFICATIVA DA ABORDAGEM QUALITATIVA	27
5.2	TIPO DE PESQUISA QUALITATIVA	27
5.3	DELINEAMENTO E CONTEXTO DA PESQUISA	28
5.4	TÉCNICA DE COLETA DO <i>CORPUS</i>	29
5.5	PARTICIPANTES	30
5.6	CONSTRUÇÃO DO <i>CORPUS</i>	31
5.7	PROCEDIMENTO DE ANÁLISE DO <i>CORPUS</i>	31
5.8	CONSIDERAÇÕES ÉTICAS	32
5.9	LIMITAÇÕES METODOLÓGICAS	32
6	ANÁLISE E DISCUSSÕES	33
6.1	MAPEAMENTO DOS EMPREENDIMENTOS E IDENTIFICAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS DE DESTAQUE	37
6.2	PERFIL DOS EMPREENDEDORES NO MUNICÍPIO	39
6.3	REALIDADE DOS EMPREENDIMENTOS LOCAIS	40
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	43
	REFERÊNCIAS	45
	APÊNDICE A – FORMULÁRIO SEMI ESTRUTURADO	51

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem se consolidado como um dos principais motores de desenvolvimento econômico e social no Brasil, especialmente em municípios de pequeno porte, onde as oportunidades de emprego formal são mais escassas. Nesses contextos, os pequenos negócios tornam-se alternativas estratégicas de geração de renda, absorção da mão de obra local e dinamização das economias regionais (Santos; Martins; Rodrigues, 2018; Ribeiro; Lima, 2020). As micro e pequenas empresas (MPEs), em particular, desempenham papel fundamental nesse processo, representando parcela expressiva do Produto Interno Bruto (PIB) e da oferta de empregos no país (Ribeiro; Lima, 2020). De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2023), os pequenos negócios representam 99% das empresas brasileiras e são responsáveis por cerca de 30% do Produto Interno Bruto (PIB), o que demonstra sua importância estratégica para a economia nacional.

No contexto das pequenas cidades, o empreendedorismo assume um papel fundamental ao estimular a geração de renda, o fortalecimento de vínculos comunitários e a valorização das identidades locais (Ribeiro; Lima, 2020). Para Souza (2019), empreender nesses espaços pode ser uma alternativa concreta à migração, ao mesmo tempo em que impulsiona o desenvolvimento regional. Apesar disso, esse fenômeno ainda carece de investigação acadêmica que considere suas especificidades culturais, sociais e econômicas — conforme apontado por Felício Jr. (2025), que observa a fragmentação da produção acadêmica sobre o tema e destaca a ausência de estudos com caráter longitudinal ou que considerem as condições territoriais particulares.

O município de Bezerros, localizado no Agreste pernambucano, representa um exemplo expressivo dessa realidade. Com uma economia marcada por atividades tradicionais, como o artesanato e o turismo cultural — com destaque para o Carnaval dos Papangus —, a cidade apresenta forte vocação para iniciativas empreendedoras ligadas à economia criativa. Segundo Moraes e Santos (2024), o artesanato de

máscaras de papangus constitui um dos principais elementos identitários e geradores de renda para a população local, sendo impulsionado tanto pela tradição quanto pelo fluxo turístico sazonal. Complementarmente, dados do Sebrae/PE indicam que o Carnaval de Bezerros é considerado o terceiro maior polo carnavalesco de Pernambuco, promovendo a movimentação econômica em setores como comércio, alimentação, hospedagem e produção artesanal (SEBRAE/PE, 2023). Nesse contexto, torna-se essencial compreender os perfis e as estratégias adotadas pelos empreendedores locais, bem como os obstáculos enfrentados para sustentar e desenvolver seus negócios.

Schumpeter (1934) ressalta que o empreendedor é um agente de transformação, movido pela inovação, pela necessidade de realização e pela disposição de enfrentar riscos. Complementando esse entendimento, Fillion (1988) propõe uma tipologia de perfis empreendedores — lenhador, convertido, missionário, entre outros —, que ajuda a identificar diferentes formas de atuação e níveis de maturidade empresarial. Essa abordagem reforça a importância de investigar não apenas os resultados econômicos, mas também as motivações, os comportamentos e os contextos que moldam o empreendedor.

A importância deste estudo reside na contribuição para o entendimento das características e práticas que diferenciam os empreendedores locais, fornecendo dados que podem embasar políticas públicas, programas de capacitação e iniciativas de fomento ao empreendedorismo. Por fim, esta pesquisa se mostra relevante para a área de administração e gestão, ao oferecer um panorama sobre o perfil empreendedor em um contexto regional. Este recorte possibilita não apenas a identificação de padrões comportamentais e estratégicos, mas também a construção de um conhecimento mais aprofundado sobre os desafios e potencialidades do empreendedorismo em cidades de pequeno porte.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Como se configura o perfil empreendedor predominante no município de Bezerros, considerando suas características socioeconômicas, culturais e os desafios enfrentados pelos empreendedores locais?

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) tem como objetivo compreender como se configura os perfis dos empreendimentos e empreendedores no município de Bezerros-Pernambuco, analisando suas características.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mapear os empreendimentos do município segundo seu ramo de atuação;
- Identificar quais tipos de empreendimentos se destacam no município;
- Descrever o perfil dos empreendedores do município de Bezerros;
- Descrever a realidade dos empreendimentos locais.

3. JUSTIFICATIVA

O presente trabalho é relevante por abordar um tema pouco explorado no contexto de municípios de pequeno porte como Bezerros, trazendo à tona informações que podem contribuir para o entendimento mais profundo sobre o perfil empreendedor em regiões não metropolitanas. Embora o empreendedorismo seja amplamente reconhecido como um pilar do desenvolvimento econômico no Brasil, as especificidades e características locais muitas vezes são negligenciadas em estudos acadêmicos.

Ao levantar dados e analisar aspectos como motivações, desafios e setores predominantes, a pesquisa fornecerá subsídios importantes para instituições públicas, privadas e de ensino que desejem fomentar o empreendedorismo de maneira direcionada e eficiente. Além disso, a ausência de estudos aprofundados sobre o município torna este trabalho uma contribuição única para a literatura acadêmica e para a gestão local. Os resultados podem auxiliar na formulação de políticas públicas, programas de apoio e estratégias que promovam o crescimento sustentável do empreendedorismo no Brasil.

Além da relevância acadêmica e prática, este trabalho também se justifica por uma motivação pessoal. Como moradora do município de Bezerros-PE, tenho vivência direta com a realidade local, o que proporciona um olhar mais sensível sobre as dinâmicas empreendedoras da cidade. O interesse pelo tema surgiu tanto da minha observação cotidiana quanto do desejo de contribuir com o desenvolvimento da região onde vivo. A familiaridade com os desafios enfrentados pelos pequenos empreendedores bezerrenses foi essencial para a condução da pesquisa e reforça o compromisso com a produção de um conhecimento que vá além da teoria, podendo gerar impacto real na comunidade.

4. REFERENCIAL TEÓRICO

4.1 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo, enquanto um fenômeno multifacetado, é fundamental para o crescimento econômico e a inovação. Ele envolve a identificação de oportunidades, o desenvolvimento de novos produtos ou serviços e a criação de valor por meio da ação empresarial (SEBRAE, 2023). O empreendedor, por sua vez, é o agente da mudança no mercado, responsável por introduzir inovações que transformam indústrias e geram novos modelos de negócios, frequentemente desafiando os estabelecimentos existentes (Schumpeter, 1934).

O empreendedorismo, em sua essência, não se limita à criação de empresas, mas também envolve a capacidade de transformar ideias em soluções viáveis para problemas sociais, econômicos ou tecnológicos. Conforme destacam Nakano *et al.* (2022), a literatura clássica correlaciona o empreendedorismo e a inovação como habilitadores diretos do desenvolvimento econômico local, evidenciando o caráter multifacetado e transformador da ação empreendedora. Timmons (2003) destaca que o sucesso do empreendedorismo depende da combinação de três fatores essenciais: a oportunidade, o time e os recursos. Para o autor, empreendedores de sucesso são aqueles que identificam oportunidades de maneira eficaz e conseguem mobilizar os recursos humanos e financeiros necessários para concretizá-las.

Adicionalmente, o empreendedorismo exerce um papel crucial na geração de empregos e no desenvolvimento econômico (Exame, 2024). McClelland (1961) argumenta que a busca por realização pessoal e a disposição para assumir riscos são características centrais dos empreendedores. Ao iniciarem novos negócios, esses indivíduos contribuem para a redução do desemprego e estimulam a competitividade e a inovação no mercado, gerando benefícios tanto para consumidores quanto para empresas.

Para Drucker (1985), o empreendedorismo é, essencialmente, um processo inovador que, por sua natureza, envolve riscos. Outro fator determinante para o êxito

no empreendedorismo é a capacidade de lidar com a incerteza e os riscos inerentes ao processo de inovação. Isso porque, conforme observado na literatura clássica sobre empreendedorismo, empreendedores são caracterizados por terem maior aptidão para prever e lidar com situações incertas — diferentes dos agentes econômicos tradicionais —, assim como conseguem identificar oportunidades em meio ao risco e gerar valor por meio da inovação e da ação empresarial (Knight, 2006).

Em síntese, o empreendedorismo é um elemento central para o avanço das sociedades e economias, promovendo inovação, emprego e desenvolvimento. Contudo, sua eficácia está condicionada à habilidade do empreendedor em identificar oportunidades, reunir recursos e gerenciar riscos de forma estratégica (Timmons, 2003).

Ao longo do tempo, diferentes abordagens foram desenvolvidas para compreender o fenômeno do empreendedorismo. Economistas frequentemente o associam à inovação, enquanto estudiosos do comportamento enfatizam traços como criatividade e intuição (Filion, 1988). Essa diversidade de enfoques enriquece a compreensão do perfil empreendedor.

Cantillon e Say, (*apud* Filion, 1988) por exemplo, já identificavam o empreendedor como alguém disposto a assumir riscos financeiros ao investir em oportunidades com potencial lucrativo. Essa perspectiva reforça a ideia de que a ação empreendedora está ancorada na percepção de oportunidades e na disposição para aceitar os riscos envolvidos.

McClelland (1961) amplia essa visão ao destacar a influência dos fatores sociais sobre o comportamento humano. Dessa forma, pode-se argumentar que a presença de modelos empreendedores na sociedade exerce influência significativa na escolha profissional de jovens. Culturas que valorizam o empreendedorismo e apresentam exemplos concretos de sucesso tendem a estimular sua reprodução pelas novas gerações (Filion, 1988, 1990a, 1990b).

Entretanto, segundo Filion (1988), apesar de diversos estudos, ainda não há um perfil psicológico universalmente aceito e validado do empreendedor. Ainda segundo o autor, o retrato do empreendedor varia conforme o período de entrada no mercado e o contexto em que está inserido, sendo que entre os traços comumente associados ao desempenho empreendedor destaca-se a estabilidade emocional. Por

isso, autores como Lorrain e Dussault (1988) sugerem que as ações dos indivíduos são mais eficazes para prever o sucesso empreendedor do que traços fixos de personalidade.

Essas análises apontam para uma compreensão mais contextualizada do empreendedor: um sujeito moldado por seu ambiente social e cultural. Seu comportamento e decisões tendem a refletir o meio em que atua, o que evidencia o caráter regional e adaptativo do fenômeno empreendedor. A influência de referências empreendedoras no círculo familiar ou social também é apontada como fator relevante nesse processo. Além disso, empreendedores demonstram uma busca contínua por aprendizado, atualização e adaptação às transformações do ambiente (Filion, 1988).

Filion (1988, 1996b, 1998c) ainda contribui para essa discussão ao propor dois grandes grupos de pequenos negócios: os tradicionais e os cometas. Ele também apresenta seis perfis de proprietários-gerentes — lenhador, sedutor, jogador, hobbysta, convertido e missionário —, além de dois tipos de empreendedores: os operadores e os visionários.

Embora úteis do ponto de vista analítico, essas classificações não esgotam a diversidade do comportamento empreendedor. Na prática, muitos indivíduos combinam características de diferentes perfis, evidenciando a complexidade e a dinâmica do empreendedorismo (Filion, 1988).

Perfis de proprietários-gerentes segundo Filion (1988):

- Lenhador: Dedicar-se intensamente ao trabalho e tem forte impulso produtivo. É o perfil mais comum entre pequenos empresários. Alguns evoluem, com o tempo, para o perfil missionário.
- Sedutor: Inicia os empreendimentos com entusiasmo, mas perde o interesse rapidamente. É sociável, aprecia novidades e tende a buscar negócios rápidos.
- Jogador: enxerga a empresa como meio para financiar atividades prazerosas. Costuma atuar em setores sazonais e evita vínculos afetivos com o negócio.
- Hobbysta: Encara o negócio como hobby, mantendo outro emprego. Dificuldades estratégicas decorrem de sua dedicação parcial.

- Convertido: Envolvido emocionalmente com a missão do negócio, tem dificuldade em delegar e reage de forma emocional a desafios.
- Missionário: Evolui a partir do convertido, com maior maturidade. Valoriza a equipe e busca estruturar o negócio para operar de forma autônoma.

Esses perfis podem se transformar ao longo da trajetória empreendedora, à medida que os indivíduos amadurecem e os negócios evoluem. A capacidade de adaptação é, portanto, essencial para a sustentabilidade dos empreendimentos (Filion, 1988).

Filion (1988) reforça que o empreendedor é alguém criativo, capaz de definir e perseguir metas, atento ao ambiente e às oportunidades. Caracteriza-se também por estar em constante aprendizado e por buscar a inovação, mesmo assumindo riscos moderados.

É importante, ainda, distinguir o empreendedor do simples proprietário de um pequeno negócio. Muitos indivíduos atuam de forma empreendedora dentro de organizações — os chamados intraempreendedores —, enquanto outros adquirem empresas e mantêm uma gestão rotineira, sem inovação ou visão estratégica (Filion, 1991c).

A compreensão do empreendedorismo exige uma abordagem multifacetada, que considere tanto os aspectos individuais quanto os contextuais do comportamento empreendedor. Ao longo deste capítulo, foi possível perceber que empreender vai além da criação de negócios: trata-se de um processo dinâmico, permeado por riscos, oportunidades e inovação. O empreendedor, como sujeito social, é moldado por fatores culturais, econômicos e emocionais, o que explica a diversidade de perfis e trajetórias encontradas nesse universo.

As tipologias propostas por Filion (1988) oferecem uma lente útil para a análise das motivações, comportamentos e desafios enfrentados por pequenos empresários, mas também revelam a complexidade e a fluidez do fenômeno. O empreendedorismo não é uma prática estática, tampouco reservada a um perfil específico; ele pode emergir em diferentes formas e contextos, desde iniciativas de subsistência até empreendimentos inovadores com alto impacto social e econômico.

Diante disso, promover o empreendedorismo implica criar ambientes favoráveis à experimentação, ao aprendizado contínuo e à valorização da diversidade de experiências. Entender o empreendedor como um agente de transformação — capaz de articular criatividade, gestão e propósito — é essencial para estimular a criação de soluções sustentáveis e inclusivas para os desafios contemporâneos.

A partir dessa base conceitual, é possível voltar o olhar para a realidade brasileira e investigar como o empreendedorismo se manifesta em nosso contexto específico. A próxima seção abordará o panorama do empreendedorismo no Brasil, destacando suas características, contradições e os fatores sociais e econômicos que impulsionam ou limitam a ação empreendedora no país.

4.2 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

O empreendedorismo no Brasil tem passado por uma notável evolução nas últimas décadas, impulsionado por transformações econômicas, sociais e culturais. Desde o início dos anos 1990, esse movimento começou a se estruturar com mais solidez, especialmente com a criação de instituições como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), que desempenha um papel central no estímulo ao empreendedorismo no país (Oliveira, 2020).

O Brasil participa ativamente de estudos internacionais sobre o tema desde o ano 2000, o que revela o crescente interesse e a importância do empreendedorismo no cenário nacional (Lopes e Lima, 2019). Diversos estudos destacam a relevância do empreendedorismo para a economia brasileira, em especial pela sua capacidade de gerar empregos e fomentar o desenvolvimento econômico. Ainda assim, o país enfrenta desafios consideráveis, como a necessidade de políticas públicas mais eficazes e a criação de ambientes institucionais e legais que favoreçam a atividade empreendedora (Oliveira, 2020).

O empreendedorismo tem se consolidado, portanto, como um vetor importante de desenvolvimento econômico e social, impulsionado tanto por ações institucionais quanto pelo espírito criativo e resiliente da população brasileira. No entanto, para que

esse potencial se concretize de forma sustentável, é fundamental aprimorar continuamente as condições para empreender, oferecendo suporte adequado e fortalecendo o ambiente de negócios (Nakano et al., 2022).

Um dos traços marcantes do empreendedorismo brasileiro é sua expressiva ligação com a escassez de oportunidades no mercado de trabalho formal. Muitos brasileiros, diante da dificuldade de inserção profissional, veem na abertura de um negócio próprio uma alternativa viável. Essa tendência configura o chamado empreendedorismo por necessidade, que apresenta desafios específicos, sobretudo relacionados à sobrevivência das micro e pequenas empresas (MPEs), de acordo com Manzzi (2024).

Um estudo realizado pelo SEBRAE (2021), nomeado “Três em cada 10 MEI fecham as portas em até cinco anos de atividade no Brasil” revela que uma parcela significativa dos empreendedores que encerraram suas atividades em 2020 encontrava-se desempregada antes de iniciar o negócio, o que evidencia o predomínio do empreendedorismo por necessidade. Esses empreendedores, em sua maioria, tinham menor conhecimento ou experiência no ramo escolhido, realizaram poucos esforços de capacitação e enfrentaram maior dificuldade de acesso ao crédito — fatores que contribuíram para o fechamento precoce de suas empresas.

Ainda sobre o mesmo estudo do SEBRAE (2021), as taxas de mortalidade variam conforme o porte do negócio. Os Microempreendedores Individuais (MEIs) apresentam a maior taxa de encerramento, com 29% fechando as portas após cinco anos. Já as Microempresas (MEs) registram uma taxa de 21,6%, enquanto as Empresas de Pequeno Porte (EPPs) apresentam uma taxa de 17%. No recorte setorial, o comércio é o mais afetado, com 30,2% das empresas encerrando atividades no período de cinco anos, seguido pela indústria de transformação (27,3%) e pelos serviços (26,6%).

A falta de planejamento também se destaca como um fator crítico para o insucesso das MPEs. Segundo o estudo do SEBRAE (2022), 17% dos empreendedores não realizaram nenhum tipo de planejamento antes de abrir o negócio, e 59% planejaram por, no máximo, seis meses. Essa limitação inicial refletiu-se na gestão das empresas, muitas das quais deixam de coletar informações

relevantes e não implementam estratégias adequadas de diferenciação ou adaptação de seus produtos e serviços ao mercado.

A pandemia de Covid-19 agravou ainda mais o cenário, sendo apontada por mais de 40% dos empreendedores entrevistados como um dos principais fatores para o encerramento das atividades. Além disso, a falta de capital de giro e a queda no volume de vendas foram amplamente mencionadas, evidenciando a vulnerabilidade das MPEs diante de crises externas, aponta artigo do SEBRAE 2023.

Diante desse panorama, fica evidente que o empreendedorismo no Brasil, apesar de consolidado como vetor de desenvolvimento econômico e social, ainda enfrenta barreiras estruturais e conjunturais que comprometem a sustentabilidade dos negócios, especialmente dos micro e pequenos empreendedores. Essas dificuldades se tornam ainda mais desafiadoras quando observadas fora dos grandes centros urbanos, onde o acesso a recursos, capacitação e apoio institucional costuma ser mais limitado. Assim, torna-se fundamental compreender as especificidades do empreendedorismo em pequenas cidades, onde as dinâmicas locais impõem realidades próprias que influenciam diretamente as motivações, estratégias e possibilidades de sucesso dos empreendedores.

4.3 EMPREENDEDORISMO EM PEQUENAS CIDADES

Dando continuidade à análise do empreendedorismo no Brasil, é essencial voltar o olhar para as realidades fora dos grandes centros urbanos, onde o empreendedorismo em pequenas cidades tem ganhado relevância como alternativa viável de desenvolvimento econômico e social. Segundo o artigo publicado pelo Carta Capital (2025), esse movimento é impulsionado por fatores como o maior acesso à tecnologia, o fortalecimento das economias locais e a crescente busca por soluções que atendam às necessidades específicas dessas comunidades.

Segundo Silva (2021), embora as pequenas cidades enfrentem desafios estruturais significativos, como escassez de recursos financeiros e limitações de infraestrutura, elas também oferecem um ambiente propício para a criação de negócios inovadores. A proximidade entre os membros da comunidade e o

conhecimento direto das demandas locais se tornam vantagens competitivas para os empreendedores, que podem atuar com maior sensibilidade e agilidade. Esse potencial foi evidenciado no estudo de Amaral et al. (2021) sobre Corumbá-MS, que demonstrou como as micro e pequenas empresas contribuíram significativamente para a melhoria dos indicadores econômicos locais.

A importância estratégica desse tipo de empreendedorismo também se reflete em sua capacidade de contribuir para a redução das desigualdades regionais. Souza (2019) argumenta que, em diversas localidades, o estímulo a pequenos negócios representa não apenas uma forma de geração de empregos, mas também uma alternativa concreta para reter talentos e melhorar a qualidade de vida da população. O empreendedorismo, nesse contexto, passa a ser uma ferramenta de fixação das pessoas em seus territórios de origem, evitando o êxodo para os grandes centros urbanos. Além disso, fatores como acesso ao capital e a carga tributária foram apontados por Souza (2024) como decisivos para a consolidação de iniciativas inovadoras em pequenos municípios, o que reforça a necessidade de ações específicas voltadas a esses aspectos.

Outro aspecto relevante é o aproveitamento dos elementos culturais e ambientais locais como diferencial competitivo. Andrade e Lima (2018) destacam que a adaptação dos empreendimentos às especificidades culturais das pequenas cidades fortalece a identidade regional e estreita o vínculo entre consumidores e empresas. O uso consciente dos recursos naturais e o respeito às tradições locais não apenas aumentam a aceitação do negócio pela comunidade, como também agregam valor ao produto ou serviço oferecido. Um exemplo concreto disso está no caso de Terra Roxa-PR, estudado por Willers (2006), onde o capital social desempenhou papel central no fortalecimento de empreendimentos locais, promovendo cooperação entre agentes econômicos e sociais.

No entanto, para que esse potencial se concretize, é fundamental o apoio de políticas públicas que considerem as particularidades dessas localidades. Costa (2020) enfatiza que programas de incentivo adequados — como oferta de microcrédito, capacitação empreendedora e orientação técnica — são indispensáveis para que os empreendedores consigam superar os obstáculos iniciais, estruturarem seus negócios e ampliarem sua atuação no mercado. Iniciativas premiadas pela Enap (2023) demonstram como políticas públicas bem estruturadas podem gerar impactos

significativos no fortalecimento do empreendedorismo local, especialmente quando adaptadas às realidades regionais. Complementando essa perspectiva, dados do portal NSC Total (2023) reforçam a importância de programas governamentais voltados à capacitação e à desburocratização para impulsionar a sustentabilidade de negócios em cidades de menor porte.

Dessa forma, o empreendedorismo em pequenas cidades revela-se não apenas como uma estratégia de sobrevivência econômica, mas também como um caminho de valorização das identidades locais e de promoção do desenvolvimento regional. Diante do potencial transformador do empreendedorismo em pequenas cidades, evidencia-se a necessidade de fortalecer políticas públicas, apoiar iniciativas locais e estimular o uso estratégico de recursos culturais e sociais. Essas ações não apenas promovem o desenvolvimento regional, mas também reforçam o papel do empreendedorismo como vetor de mudanças econômicas e sociais. Com base nisso, a próxima seção abordará de forma mais ampla a importância do empreendedorismo, seus benefícios para a sociedade e o papel da inovação como elemento essencial para a sustentabilidade e competitividade dos negócios em diferentes contextos.

4.4 IMPORTÂNCIA, BENEFÍCIOS E INOVAÇÃO DO EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é amplamente reconhecido como um motor essencial para o desenvolvimento econômico, social e tecnológico. Ao identificar oportunidades e transformar ideias em negócios, os empreendedores impulsionam a criação de soluções inovadoras para problemas diversos e contribuem para a evolução dos mercados. Nesse sentido, Schumpeter (1942) destaca o papel do empreendedor como agente de inovação, responsável por introduzir novas combinações de recursos que resultam na chamada "destruição criativa". Esse processo desafia modelos tradicionais e abre espaço para a formação de novos mercados, promovendo dinamismo econômico.

Essa relevância do empreendedorismo transcende o campo da inovação e se manifesta de forma concreta na economia, especialmente por meio da geração de empregos e da dinamização de setores produtivos. Como aponta Rodrigues (2019),

ao criar novos negócios, os empreendedores estimulam a demanda por mão de obra, contribuindo diretamente para a redução do desemprego, particularmente em regiões com mercados de trabalho fragilizados. Além disso, a atividade empreendedora promove a diversificação econômica, reduzindo a vulnerabilidade das economias à concentração em setores específicos e aumentando sua resiliência frente a crises.

A ligação entre empreendedorismo e inovação também é ressaltada por Timmons (2003), que considera a inovação como elemento central do processo empreendedor. Ao buscar soluções criativas para atender às demandas do mercado, os empreendedores frequentemente introduzem mudanças disruptivas, capazes de transformar setores inteiros e gerar avanços significativos em produtos, serviços e tecnologias. Esse movimento não apenas estimula a competitividade, como também melhora a qualidade de vida das pessoas, ao oferecer opções mais eficientes, acessíveis e adequadas às suas necessidades.

Adicionalmente, o empreendedorismo exerce um papel estratégico na promoção de um ambiente competitivo e dinâmico. Segundo McClelland (1961), o comportamento empreendedor é essencial para manter a competitividade empresarial, pois obriga as organizações a buscarem inovação contínua, eficiência operacional e adaptação às mudanças do mercado. Esse ciclo de melhoria constante beneficia toda a sociedade, ao estimular a evolução dos negócios e ampliar as possibilidades de escolha para os consumidores.

Complementando essa perspectiva, Porter (1992) argumenta que o empreendedorismo contribui positivamente para o desenvolvimento econômico ao introduzir inovações em produtos e processos de produção, aumentando a competitividade e a eficiência econômica. Além disso, conforme destaca o Sebrae (2023), a inovação e o empreendedorismo são essenciais para criar empresas, gerar empregos, aumentar a competitividade e a produtividade, além de melhorar a qualidade de vida da população.

No contexto do empreendedorismo social, Prim et al. (2018) discutem o poder transformador da inovação e do empreendedorismo social no desenvolvimento econômico e social, destacando como ideias significativas podem resolver problemas locais e oferecer novas alternativas de empreendimento com propósito social.

Por fim, o modelo da hélice tríplice de inovação, apresentado por Etzkowitz e Leydesdorff (1995), enfatiza a interação entre universidade, indústria e governo como fundamental para promover o desenvolvimento econômico baseado no conhecimento. Essa colaboração entre os setores é crucial para fomentar ambientes inovadores e empreendedores que impulsionam o progresso socioeconômico

Diante do exposto, fica evidente que o empreendedorismo desempenha um papel central na transformação econômica, social e tecnológica de uma sociedade, impulsionando a inovação, a competitividade e a geração de empregos. No entanto, para que esses benefícios se concretizem de forma sustentável, é essencial compreender os elementos que favorecem ou comprometem o sucesso de um empreendimento. Nesse sentido, a próxima seção discute os principais fatores que influenciam os resultados positivos ou negativos das iniciativas empreendedoras, analisando aspectos internos e externos que impactam diretamente a trajetória dos negócios.

4.5 FATORES DE SUCESSO E INSUCESSO NO EMPREENDEDORISMO

O sucesso ou insucesso no empreendedorismo está intimamente ligado a uma série de fatores internos e externos que afetam o desempenho de um novo negócio. Entre os principais fatores de sucesso, a capacidade de adaptação e inovação do empreendedor se destacam como fundamentais para garantir a competitividade e a sustentabilidade a longo prazo. Drucker (1985) destaca a importância de antecipar mudanças no mercado e responder com agilidade e inovação, o que permite aos empreendedores se posicionarem de forma vantajosa frente à concorrência. A inovação, por sua vez, é um dos pilares centrais do sucesso empresarial, como argumenta Schumpeter (1942), ao afirmar que os empreendedores devem buscar constantemente novas formas de atender às necessidades do mercado e criar soluções disruptivas que desafiam modelos tradicionais de negócios.

Além da inovação, a gestão eficaz de recursos também é um determinante crucial para o sucesso. De acordo com Oliveira (2020), empresas que conseguem administrar de forma eficiente seus recursos financeiros, humanos e materiais têm

uma probabilidade maior de superar as dificuldades iniciais e se estabelecer no mercado. A gestão estratégica é um posto-chave, pois uma empresa bem estruturada consegue se adaptar aos desafios econômicos e operacionais com maior eficácia. A liderança também se configura como um fator crítico. Para Drucker (2001), uma equipe qualificada e bem alinhada com a visão do empreendedor pode ser o diferencial necessário para a execução bem-sucedida da estratégia e para a manutenção da competitividade no longo prazo.

No entanto, o insucesso no empreendedorismo pode ser atribuído a diversos fatores que, se não geridos adequadamente, podem comprometer a viabilidade do negócio. Um dos principais fatores é a falta de planejamento estratégico. Sá (2017) alerta que muitas startups falham devido à ausência de um plano de negócios bem estruturado, que não considera as possíveis dificuldades e riscos do mercado. A falta de uma visão clara para o futuro e a ausência de um planejamento detalhado tornam as empresas vulneráveis a situações imprevistas e a erros de estratégia. Além disso, Ribeiro e Lima (2020) destacam que a falta de capital adequado e o gerenciamento financeiro ineficaz são causas recorrentes de falhas empresariais, especialmente em tempos de crise econômica, quando a falta de recursos financeiros pode inviabilizar a operação do negócio.

A resistência à mudança é outro fator de insucesso significativo. Segundo Timmons (2003), a incapacidade de se adaptar rapidamente a novas demandas do mercado ou a transformações tecnológicas pode ser fatal para um negócio. Em um ambiente empresarial cada vez mais dinâmico e globalizado, a flexibilidade e a disposição para inovar são requisitos indispensáveis para a sobrevivência empresarial. A falta de suporte externo, como mentorias, redes de investidores ou parcerias estratégicas, também contribui para o insucesso. Empreendedores que não têm acesso a orientações ou apoio de mentores experientes enfrentam dificuldades adicionais em sua jornada, como a falta de troca de experiências e a maior propensão a cometer erros comuns (Costa, 2020). Nesse sentido, programas de incentivo, como microcrédito e consultoria especializada, podem ser fundamentais para o desenvolvimento e a sustentabilidade dos negócios.

Em suma, os fatores que influenciam o sucesso ou insucesso no empreendedorismo são diversos e interdependentes. A capacidade de inovação, a gestão eficaz e o planejamento estratégico são decisivos para o sucesso. Por outro

lado, a falta de adaptação ao mercado, a resistência a mudanças e a carência de recursos adequados são fatores que podem levar ao insucesso. A interação com mentores e o apoio institucional também desempenham um papel crucial para ajudar os empreendedores a superar obstáculos e alcançar seus objetivos.

5. METODOLOGIA

5.1 JUSTIFICATIVA DA ABORDAGEM QUALITATIVA

Esta pesquisa adota uma abordagem qualitativa por seu potencial de captar significados, interpretações e experiências que não podem ser reduzidos a números. Busca-se compreender como o empreendedorismo se manifesta em pequenas cidades, com ênfase na vivência dos sujeitos e nas especificidades do contexto local. Como ressalta Flick (2009), a pesquisa qualitativa é apropriada para examinar fenômenos complexos em seu ambiente natural, permitindo compreender o ponto de vista dos participantes.

Bauer e Gaskell (2017) reforçam que esse tipo de investigação é essencial para explorar os sentidos produzidos socialmente, especialmente quando o objeto envolve discursos, práticas e contextos culturais. Merriam e Tisdell (2015) acrescentam que a pesquisa qualitativa básica visa descrever e interpretar a forma como os indivíduos atribuem sentido às suas experiências em contextos específicos — o que corresponde aos objetivos deste estudo.

5.2 TIPO DE PESQUISA QUALITATIVA

Esta pesquisa é caracterizada como uma pesquisa qualitativa básica, segundo a concepção de Merriam e Tisdell (2015). O propósito dessa abordagem é compreender a realidade dos participantes com base em seus próprios relatos e percepções, sem a intenção de desenvolver teorias formais ou realizar inferências estatísticas. O estudo busca interpretar a experiência empreendedora em pequenas cidades, considerando os fatores sociais, econômicos e culturais que moldam a ação dos empreendedores locais.

5.3 DELINEAMENTO E CONTEXTO DA PESQUISA

A pesquisa foi realizada no município de Bezerros, localizado no estado de Pernambuco, na região do Agreste. O município apresenta uma dinâmica empreendedora relevante, com diversos tipos de negócios formais e informais atuando em diferentes segmentos.

A escolha de Bezerros como local de estudo se justifica pela carência de pesquisas acadêmicas voltadas para o perfil dos empreendimentos em municípios de pequeno e médio porte, especialmente fora dos grandes centros urbanos. Essa lacuna torna a investigação particularmente significativa, pois permite compreender as especificidades do empreendedorismo em uma realidade distinta da vivenciada em regiões metropolitanas. Além disso, a escolha também se relaciona com minha vivência pessoal: sendo natural de Bezerros, tenho maior familiaridade com o contexto local, o que viabilizou tanto o acesso aos empreendedores quanto a divulgação da pesquisa junto à comunidade.

O levantamento do *corpus* e a análise foram realizados durante o mês de março de 2025, período em que os empreendedores locais foram por meio de formulário eletrônico para fornecer informações sobre seus negócios, motivações e desafios enfrentados. Conforme Mota (2019), trata-se de um aplicativo gratuito que permite ao próprio usuário a criação de formulários, os quais podem ser utilizados de forma colaborativa. Entre suas principais características, destacam-se o acesso independente de horário e local, a facilidade de uso da plataforma e a apresentação organizada dos resultados, por meio de gráficos e planilhas, o que torna a ferramenta prática e eficiente. A definição deste recorte temporal possibilitou a obtenção de um panorama atualizado da realidade empreendedora local.

O contexto escolhido está diretamente alinhado aos objetivos da pesquisa, que visam mapear e caracterizar os empreendimentos do município, bem como compreender o perfil dos empreendedores que atuam na região. Ao focar uma localidade com pouca representatividade em estudos similares, a pesquisa contribui para o fortalecimento da literatura sobre o empreendedorismo em contextos não

metropolitanos e para o desenvolvimento de estratégias mais adequadas às necessidades locais.

5.4 TÉCNICAS DE COLETA DO *CORPUS*

A coleta do *corpus* foi realizada por meio de um formulário eletrônico semiestruturado, elaborado a partir da adaptação contemporânea de um roteiro de entrevista qualitativa. O instrumento continha perguntas abertas, destinadas a explorar as percepções, experiências e significados atribuídos pelos participantes à sua trajetória empreendedora, bem como perguntas fechadas, voltadas à coleta de informações sociodemográficas e características dos empreendimentos, como: idade, gênero, escolaridade, tempo de atuação, porte de empreendimento e quantidade de funcionários.

A opção por utilizar um formulário online, estruturado a partir de princípios da entrevista semiestruturada, justifica-se pela necessidade de acessar um público geograficamente disperso, maior liberdade que os participantes sentem para responder devido ao anonimato e pelo fato de poder ser respondido em horário favorável (Marconi, 2015). Essa abordagem possibilitou alcançar empreendedores atuantes no município de forma remota, garantindo flexibilidade no preenchimento e preservando a espontaneidade das respostas abertas, o que é compatível com os princípios da investigação qualitativa (Merriam; Tisdell, 2015).

A divulgação do formulário foi realizada por meio de redes sociais digitais, como WhatsApp e Instagram. Inicialmente, o convite à participação foi enviado a empreendedores com os quais a pesquisadora já mantinha contato direto. Posteriormente, esses participantes foram convidados a indicar outros empreendedores da cidade, ampliando o alcance da pesquisa por meio da estratégia de amostragem do tipo “bola de neve”, segundo Merriam e Tisdell (2015) a estratégia se caracteriza pelo recrutamento progressivo de sujeitos a partir das indicações dos próprios respondentes.

A aplicação do formulário foi realizada de maneira online, utilizando a plataforma Google Forms, durante o mês de março de 2025. A escolha dessa ferramenta permitiu a distribuição eficiente e o registro organizado das respostas. O conteúdo integral do formulário pode ser consultado no Apêndice A deste trabalho.

5.5 PARTICIPANTES

Os participantes desta pesquisa foram empreendedores do município de Bezerros, Pernambuco, atuantes em diferentes setores da economia local. O estudo contemplou microempreendedores individuais (MEIs), proprietários de pequenos negócios formais e informais, abrangendo tanto negócios com estrutura consolidada quanto iniciativas em estágio inicial de operação.

A seleção foi composta por indivíduos com atuação ativa no empreendimento, ou seja, responsáveis diretos pela gestão ou pela tomada de decisões nos negócios. O tempo de operação dos empreendimentos variou, incluindo desde empreendedores iniciantes até aqueles com mais de cinco anos de experiência no mercado. Setores como comércio varejista, alimentação, serviços de beleza, e confecção foram alguns dos mais mencionados pelos participantes.

Foram utilizados como critérios de inclusão:

1. manter atividade empresarial no município de Bezerros;
2. ter 18 anos ou mais; e
3. estar à frente de um empreendimento no momento da coleta do *corpus*.

Ficaram de fora da pesquisa pessoas que não atendiam a esses critérios ou que não responderam ao formulário integralmente.

A estratégia de coleta do *corpus* adotada foi do tipo bola de neve, iniciando-se com contatos diretos e, em seguida, expandindo-se por meio de indicações de amigos, familiares e dos próprios participantes, que compartilharam o formulário com outros empreendedores locais. Esse método foi escolhido por facilitar o acesso a diferentes

perfis de empreendedores, especialmente em contextos nos quais não há uma base de dados formal ou ampla sobre os empreendimentos locais.

Ao final da coleta, foram obtidas aproximadamente 36 respostas consideradas válidas. Esse número foi suficiente com base no princípio da saturação do corpus, uma vez que as informações começaram a se repetir e foi possível observar uma diversidade satisfatória de perfis, setores e experiências dentro do universo pesquisado, como recomendado por Paiva, Leão e Mello (2011).

5.6 CONSTRUÇÃO DO *CORPUS*

O corpus da pesquisa será formado a partir dos dados obtidos nas interações com os participantes e documentos relevantes à realidade empreendedora estudada. A seleção desse material foi orientada pelos objetivos da pesquisa, buscando reunir conteúdos que expressem os significados, desafios, estratégias e experiências vinculadas ao empreendedorismo em pequenas cidades.

A constituição do corpus considera a diversidade de fontes e registros — orais, textuais e contextuais — que ajudem a revelar a lógica social e cultural presente nas práticas dos empreendedores investigados. Assim, trata-se de uma construção analítica e criteriosa, que visa garantir a representatividade e a relevância do *corpus* para o aprofundamento das análises. (Barthes, 1996)

5.7 PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DO *CORPUS*

A análise do *corpus* seguiu os princípios da análise temática, conforme sistematizada por Minayo (2012), envolvendo três etapas: leitura flutuante e imersão no conteúdo; codificação e agrupamento de sentidos; e construção de categorias temáticas que dialoguem com os objetivos da pesquisa.

Essa estratégia permite identificar padrões de significação presentes nos relatos dos participantes, favorecendo uma interpretação densa e contextualizada da experiência empreendedora. Como destacam Paiva, Leão e Mello (2011), a validade na análise qualitativa depende da consistência interna entre o *corpus*, os objetivos do estudo e a interpretação fundamentada e reflexiva do pesquisador.

5.8 CONSIDERAÇÕES ÉTICAS

Todos os participantes desta pesquisa consentiram livremente em participar do estudo, após serem devidamente informados sobre seus objetivos, procedimentos, riscos e benefícios.

Foi assegurada aos entrevistados a anonimidade, por meio da substituição de seus nomes reais por pseudônimos, e a confidencialidade de todas as informações compartilhadas. O *corpus* coletado foi utilizado exclusivamente para fins acadêmicos e apresentado de forma a não permitir a identificação dos participantes, garantindo o respeito à sua privacidade e integridade.

5.9 LIMITAÇÕES METODOLÓGICAS

Entre as limitações do estudo, destaca-se o fato de que, por ser qualitativo, os resultados não são generalizáveis para outros contextos. No entanto, como afirmam Paiva, Leão e Mello (2011), a validade e a confiabilidade na pesquisa qualitativa estão relacionadas à profundidade analítica, à coerência metodológica e à capacidade de o estudo gerar interpretações significativas. Além disso, reconhece-se que a construção do *corpus* e a interpretação dos dados envolvem a subjetividade do pesquisador, o que requer atenção reflexiva contínua ao longo do processo investigativo.

6. ANÁLISE E DISCUSSÕES

A análise do *corpus* coletado junto aos empreendedores de Bezerros-PE, por meio da categorização dos perfis e características dos empreendimentos, possibilitou compreender aspectos fundamentais da realidade local e refletir criticamente sobre o cenário do empreendedorismo na cidade e alcançou o total de 36 respostas.

No que diz respeito ao perfil socioeconômico dos participantes, revelado nas questões fechadas do formulário, observou-se um predomínio de empreendedores jovens, em sua maioria entre 20 e 30 anos, o que indica uma entrada precoce no universo dos negócios, muitas vezes como alternativa às limitações do mercado formal de trabalho. A presença feminina é marcante, sugerindo que o empreendedorismo tem se consolidado também como um caminho para a autonomia econômica de mulheres da região.

Em termos de escolaridade, predominam participantes com ensino médio completo, mas também se destacam casos com formação superior, o que demonstra um mosaico de níveis educacionais que reflete a heterogeneidade do ambiente empreendedor local. Essa diversidade pode influenciar diretamente o tipo de gestão e as estratégias adotadas nos negócios.

A maioria dos empreendedores atua de forma individual ou em microempreendimentos com estrutura reduzida, muitas vezes sem funcionários. Isso indica uma configuração de negócios voltados à subsistência ou de base familiar, com operação enxuta e recursos limitados. Ainda assim, entre os respondentes, há também relatos de empreendimentos mais estruturados, com equipe de colaboradores e tempo significativo de atuação no mercado, o que sinaliza para níveis variados de maturidade empresarial.

Essas informações, ainda que obtidas por meio de questões fechadas, serviram como pano de fundo para a análise qualitativa das respostas abertas.

A categorização das perguntas abertas foi realizada em duas etapas, na primeira, com base nos princípios da análise temática, conforme sistematizada por Minayo (2012), e seguiu um percurso metodológico estruturado em seis etapas

principais, com o objetivo de assegurar uma interpretação rigorosa, coerente e representativa do corpus.

Inicialmente, procedeu-se à leitura exploratória e imersiva das respostas obtidas, permitindo uma familiarização inicial com os conteúdos e a identificação de temas recorrentes. Em seguida, foram extraídas unidades de sentido, ou seja, trechos significativos que expressavam com clareza percepções, desafios, estratégias ou expectativas dos empreendedores.

Essas unidades foram então agrupadas por similaridade temática, originando categorias provisórias. Posteriormente, essas categorias passaram por uma revisão crítica e reorganização, com fusões ou subdivisões realizadas sempre que necessário, com vistas à maior precisão analítica.

Ao final desse processo, consolidaram-se três grandes categorias principais, que estruturam a análise qualitativa das respostas abertas:

- **Desafios Enfrentados**, que compreende as dificuldades mencionadas para manter ou expandir o negócio;
- **Estratégias e Práticas Adotadas**, que sintetiza as ações cotidianas utilizadas para enfrentar os desafios ou aprimorar o empreendimento;
- **Oportunidades de Melhoria e Apoio Necessário**, que reflete sugestões dos participantes para fortalecer o ambiente empreendedor local.

Para assegurar a fidedignidade da análise, cada categoria foi ilustrada com falas autênticas dos participantes, conforme apresentado no Quadro 1. Esses trechos funcionam como evidências empíricas que sustentam a categorização e favorecem uma compreensão mais densa e contextualizada da realidade investigada.

Quadro 1 – Categorias temáticas emergentes com base nas respostas dos empreendedores

Categoria	Trechos das Respostas
Desafios Enfrentados	“Falta de incentivo do governo” “Concorrência” “Falta de mão de obra qualificada” “Estar com os boletos em dia”
Estratégias e Práticas adotadas	“Trabalhar exposição de produtos nas redes sociais.” “Atender com excelência os clientes” “Preços competitivos” “Marketing”
Oportunidade de Melhoria e apoio necessário	“Incentivos Fiscais” “Capacitação e Treinamentos, incentivos financeiros e crédito acessível, Redução de burocracia e impostos, Melhoria na infraestrutura do município, Suporte em marketing e digitalização” “boa ponte para relacionamento do empreendedor com bancos.”

Elaborado pela autora (2025)

Além das categorias temáticas construídas a partir das falas abertas, também foi utilizada uma categorização teórica pré-existente, com base na tipologia de Filion (1988). Essa tipologia propõe seis perfis empreendedores — Lenhador, Sedutor, Jogador, Hobbysta, Convertido e Missionário — que se diferenciam de acordo com motivações pessoais, maturidade gerencial, estratégias utilizadas e postura frente ao negócio.

No presente estudo, essas categorias foram empregadas como instrumento interpretativo, permitindo classificar os participantes com base nas suas respostas. Para isso, os perfis originais foram adaptados à realidade empírica local, considerando trechos das falas que revelavam padrões comportamentais e gerenciais semelhantes aos descritos por Filion. A correspondência foi estabelecida por meio de uma análise cruzada entre os critérios da tipologia e os elementos observados nos relatos dos entrevistados.

As falas dos participantes da pesquisa permitiram identificar com clareza os perfis empreendedores propostos por Filion (1988), uma vez que revelam

características compatíveis com os critérios descritos na tipologia. O perfil lenhador foi identificado em declarações que destacam esforço pessoal e estratégias simples, como "preços competitivos" e "muito trabalho com foco", refletindo uma atuação voltada para a sobrevivência e a manutenção do negócio com baixo uso de inovação. O perfil sedutor manifesta-se em empreendedores que valorizam a comunicação nas redes sociais, com expressões como "Facebook Ads para alcançar mais pessoas" e "exposição de produtos nas redes sociais", evidenciando uma preocupação com visibilidade e impacto imediato. O perfil convertido aparece em falas que demonstram comprometimento com o atendimento ao cliente e melhorias na gestão, como "atende com excelência os clientes" e "uma boa comunicação com clientes e funcionários", indicando envolvimento emocional e progressiva profissionalização. Já o perfil missionário surge nas respostas que mencionam planejamento, capacitação contínua e valorização da equipe, como "planejamento organizacional e financeiro" e "busca por conhecimento", revelando uma postura mais madura e estratégica. Por outro lado, houve ausência de falas compatíveis com os perfis jogador e hobbysta. Para sustentar essas interpretações, cada perfil foi exemplificado com excertos reais das falas dos participantes, como demonstrado no Quadro 2.

Quadro 2 - Perfis Empreendedores identificados com base na Tipologia de Filion (1988)

Perfil (Filion, 1988)	Crítérios identificados nas respostas	Trechos das Respostas
Lenhador	<ul style="list-style-type: none"> - Dedicção intensa ao trabalho - Pouco uso de inovação ou redes sociais - Foco em estratégias como preços competitivos ou esforço pessoal 	<p>"Preços competitivos"</p> <p>"Qualidade com preço competitivo."</p> <p>"muito trabalho com foco"</p>
Sedutor	<ul style="list-style-type: none"> - Empreendimento com menos de 1 ano - Aprecia comunicação e redes sociais - Busca atrair atenção rapidamente - Foco em divulgação e aparência 	<p>"Trabalhar exposição de produtos nas redes sociais."</p> <p>"Entender quem são meus clientes ideais e adaptar estratégias de marketing e vendas para atendê-los."</p> <p>"Facebook Ads para alcançar mais pessoas"</p>

Convertido	<ul style="list-style-type: none"> - Motivação emocional ou sonho pessoal - Foco em excelência no atendimento - Apego emocional ao negócio 	<p>“Atende com excelência os clientes”</p> <p>“Uma boa comunicação com clientes e funcionários”</p> <p>“O atendimento diferenciado é essencial para o crescimento de um bom negócio, a primeira impressão é a que sempre fica na mente do consumidor.”</p>
Missionário	<ul style="list-style-type: none"> - Negócio consolidado (8+ anos) - Busca estrutura e delegação - Participa de capacitações - Valoriza equipe 	<p>“Constância, paciência, dedicação.”</p> <p>“Busca por conhecimento e estar sempre atualizada”</p> <p>“planejamento organizacional e financeiro”</p>

Fonte: Elaborado pela autora baseado em Filion (1988)

A partir dessa estrutura metodológica — que demonstra uma visão panorâmica sobre o perfil socioeconômico dos participantes e pela categorização qualitativa das falas, tanto a partir de temas emergentes quanto da aplicação da tipologia de Filion (1988) —, torna-se possível avançar para uma interpretação mais aprofundada do perfil dos empreendedores de Bezerros. Nas seções a seguir, serão analisadas as características predominantes entre os participantes, os setores de destaque no município e a realidade enfrentada pelos empreendimentos locais, considerando os desafios, estratégias e perspectivas que emergem do cenário investigado.

6.1 MAPEAMENTO DOS EMPREENDIMENTOS E IDENTIFICAÇÃO DE EMPREENDIMENTOS DE DESTAQUE

O município de Bezerros se destaca por sua forte vocação turística, especialmente no que diz respeito ao turismo cultural e criativo. Uma das principais expressões dessa identidade é o tradicional Carnaval dos Papangus, que atrai

milhares de turistas todos os anos. Essa festividade, analisada por Ramos (2011) sob a ótica da folkcomunicação — abordagem que interpreta manifestações culturais populares a partir da forma como comunicam valores, identidades e tradições —, configura-se como uma poderosa estratégia de marketing cultural. O evento estimula diretamente o surgimento de pequenos empreendimentos locais, como ateliês de fantasias, produção artesanal, hospedagens alternativas e estabelecimentos voltados à alimentação e lazer. Com isso, o turismo cultural torna-se não apenas uma forma de preservar tradições, mas também um catalisador do empreendedorismo popular e da economia criativa.

Paralelamente ao turismo, o mapeamento dos empreendimentos locais revela um cenário diversificado, com predominância dos setores de serviços, comércio varejista e atividades ligadas à informalidade. A preponderância do comércio confirma os dados do SEBRAE (2023), que apontam esse setor como o mais representativo nas pequenas cidades brasileiras, embora também seja um dos mais vulneráveis a oscilações econômicas. No comércio, destacam-se os ramos de vestuário, mercados e minimercados, farmácias, lanchonetes e restaurantes. Já nos serviços, sobressaem os salões de beleza — incluindo cabeleireiros, manicures e pedicures —, bem como atividades ligadas ao transporte e à mecânica automotiva.

As atividades de alimentação, que vão desde barracas de rua até restaurantes fixos, também representam um setor importante da economia local. Em paralelo, observa-se a atuação de empreendimentos rurais e agroindustriais, que se destacam pelo volume de faturamento em culturas agrícolas, pecuária e serviços agropecuários contratados, como o uso de máquinas agrícolas. Há ainda a presença significativa de empresas voltadas para o comércio de alimentos industrializados, contribuindo para a diversificação econômica do município.

Em suma, o panorama empreendedor de Bezerros evidencia a predominância de micro e pequenas empresas, com forte concentração nos setores de serviços, comércio varejista, alimentação, beleza e agropecuária. Também se destacam iniciativas em produção artesanal de doces, pequenas indústrias locais e atividades ligadas ao turismo. A dinâmica empreendedora da cidade reflete, assim, uma economia multifacetada, marcada tanto pela tradição cultural quanto pela capacidade de adaptação e inovação dos empreendedores locais.

6.2 PERFIL DOS EMPREENDEDORES DO MUNICÍPIO

A análise dos perfis empreendedores com base na tipologia de Filion revelou que, no município de Bezerros-PE, predominam os perfis lenhador, convertido e missionário, com menções pontuais ao perfil sedutor. Essa classificação foi feita com base nas motivações declaradas, porte do negócio, setor de atuação, postura diante da capacitação e estratégias de crescimento.

O perfil lenhador, caracterizado por empreendedores que iniciam o negócio por necessidade e buscam estabilidade financeira sem grande envolvimento emocional ou planejamento estratégico, apareceu de forma recorrente. Isso se evidenciou em respondentes que nunca buscaram capacitação e citaram motivações como influência familiar ou desejo de independência, mas que demonstraram pouco interesse em estratégias de crescimento ou melhoria contínua. Esse perfil reflete uma realidade comum em cidades de pequeno porte, onde o empreendedorismo por necessidade ainda é muito presente, reforçando o estudo citado, realizado pelo SEBRAE (2023).

Já o perfil convertido destacou-se entre os empreendedores que, mesmo tendo começado por necessidade ou oportunidade, desenvolveram uma forte identificação com o negócio ao longo do tempo. Esses respondentes buscaram capacitação por meio de cursos e treinamentos e demonstraram preocupação com aspectos mais estruturais do negócio, como comunicação com clientes, gestão e melhorias no ambiente empreendedor local. O comportamento desses empreendedores reflete uma transição do improvisado para uma atuação mais profissional.

Por conseguinte, o perfil missionário é representado, por exemplo, por empreendedores do setor industrial, com mais de 4 funcionários, que mencionam a melhoria do ambiente empreendedor e estrutural do município, redução de impostos e burocracia. É uma versão evoluída do convertido, mais madura e que busca estruturar o negócio.

O perfil sedutor identificado, presente na fala que se destacou pela busca por diferenciação no mercado, uso estratégico das redes sociais e interesse em explorar oportunidades de forma competitiva. Este perfil é caracterizado pela disposição em

correr riscos e pela busca ativa por inovação e vantagem comercial, sugerindo um tipo de empreendedorismo mais ousado e orientado para resultados rápidos.

Não foram identificados perfis claros de hobbysta e jogador entre os participantes da pesquisa, o que pode indicar que o empreendedorismo em Bezerros, em sua maioria, ainda não está fortemente voltado nem para a realização pessoal de um hobby, nem para a busca de status ou atividades apenas sazonais, tampouco para causas sociais transformadoras. Isso reforça a ideia, de Oliveira (2020), de que a dinâmica empreendedora local é movida, principalmente, por fatores econômicos diretos, como necessidade de renda e oportunidades pontuais de mercado.

Esse panorama mostra um cenário misto, com presença significativa de empreendedores em estágio inicial ou de sobrevivência, mas também com sinais positivos de transição para uma postura mais estratégica e profissional, o que pode ser estimulado por políticas públicas de incentivo, capacitação e apoio contínuo.

6.3 REALIDADE DOS EMPREENDIMENTOS LOCAIS

A realidade dos empreendimentos locais será tratada baseado em: desafios enfrentados, estratégias e práticas adotadas e oportunidades de melhoria e apoio necessário.

Quantos aos **desafios enfrentados**, a análise revelou uma realidade marcada por dificuldades estruturais e pela carência de apoio institucional efetivo. Muitos entrevistados apontaram a falta de incentivo do poder público, a burocracia e a escassez de oportunidades de capacitação como barreiras persistentes ao fortalecimento dos negócios. Essa percepção confirma o que destaca Oliveira (2020) ao afirmar que o país enfrenta desafios consideráveis no que diz respeito à formulação de políticas públicas eficazes e à construção de ambientes institucionais propícios à atividade empreendedora.

Esse cenário é ainda mais acentuado em cidades do interior como Bezerros, onde a ausência de políticas locais de fomento e a limitação no acesso a recursos e capacitação tornam o contexto ainda mais desafiador. Houve a menção de “a falta de

linha de crédito”, "incentivo para empreendedores que estão começando na área", como também "valorização local" poderia contribuir para a melhoria do ambiente de negócios. Essas falas corroboram a análise de que as especificidades do empreendedorismo em pequenas cidades impõem obstáculos distintos, como reforçam os estudos citados por Amaral et al. (2021), que demonstraram como as micro e pequenas empresas, quando bem apoiadas, podem contribuir de forma decisiva para os indicadores econômicos locais.

Além disso, a falta de capital de giro e a ausência de conhecimento técnico para lidar com finanças empresariais foram apontadas como entraves. Foi destacado “é um desafio estar com os boletos em dia”, evidenciando a precariedade enfrentada na gestão financeira. Isso está diretamente relacionado à análise de Ribeiro e Lima (2020), que identificam a falta de capital adequado e a gestão financeira ineficiente como causas recorrentes de falência, especialmente em momentos de crise econômica.

Quanto às **estratégias e práticas adotadas**, apesar do cenário desafiador, alguns empreendedores demonstraram disposição para superar as dificuldades por meio da busca ativa por conhecimento e aprimoramento. A demanda por capacitação foi recorrente nas respostas, com muitos empreendedores expressando interesse por treinamentos e consultorias. Esse movimento aponta para uma postura proativa, que pode ser entendida como uma estratégia de enfrentamento diante das limitações existentes no ambiente de negócios local.

Quanto às **oportunidades de melhoria e apoio necessário**, as necessidades expressas pelos participantes vão ao encontro da perspectiva de Costa (2020), para quem programas de incentivo bem estruturados — como microcrédito, capacitação empreendedora e orientação técnica — são indispensáveis para que pequenos empreendedores consigam superar seus desafios iniciais e consolidar sua presença no mercado.

Nesse sentido, políticas públicas que facilitem o acesso a recursos e ofereçam consultoria especializada são fundamentais, como também reforça o portal NSC Total (2023), ao destacar a relevância de programas voltados à capacitação e desburocratização como pilares para a sustentabilidade dos negócios em cidades de menor porte.

Portanto, a realidade apresentada pelos próprios empreendedores de Bezerros reflete o que a literatura já aponta: a sustentabilidade e o crescimento dos pequenos negócios estão fortemente condicionados ao acesso a apoio institucional, qualificação técnica e recursos financeiros. A ausência desses elementos limita o potencial de desenvolvimento econômico local e reforça a vulnerabilidade dos negócios frente às instabilidades do mercado.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao fim dessa pesquisa, considera-se que se chegou aos objetivos almejados. O presente estudo teve como foco a análise do perfil dos empreendedores no município de Bezerros, Pernambuco, com ênfase em suas características pessoais, motivações, desafios enfrentados e estratégias adotadas. Em uma cidade marcada por forte presença de micro e pequenos empreendimentos, a pesquisa revela como o empreendedorismo local se manifesta em meio às particularidades regionais, combinando elementos culturais, econômicos e sociais.

A relevância do tema se acentua diante do contexto nacional, em que o empreendedorismo é cada vez mais valorizado como vetor de desenvolvimento econômico. No entanto, como demonstrado ao longo desta pesquisa, o sucesso das iniciativas empreendedoras não depende apenas da vontade individual dos empreendedores, mas também de um ecossistema favorável — o que inclui acesso a crédito, qualificação, políticas públicas e apoio institucional.

O primeiro objetivo específico propôs mapear os empreendimentos segundo seu ramo de atuação. Nesse sentido, foi possível constatar uma diversidade significativa de setores em Bezerros, com predominância do comércio varejista, serviços, alimentação, agropecuária e atividades informais. Também se destacou o turismo, especialmente o cultural, impulsionado por eventos tradicionais como o Carnaval dos Papangus, que reforça o papel da identidade local como ativo estratégico para o empreendedorismo.

O segundo objetivo visou identificar quais tipos de empreendimentos se destacam no município. O *corpus* evidenciou que, além do comércio tradicional, há crescente presença de negócios voltados à produção artesanal, alimentação e serviços estéticos. Esses setores se beneficiam da relação direta com o consumidor, da informalidade e da sensibilidade às demandas locais.

O terceiro objetivo foi descrever o perfil dos empreendedores. A partir da tipologia de Fillion (1988), identificaram-se predominantemente os perfis lenhador, convertido e missionário, representando trajetórias distintas dentro do processo empreendedor: desde aqueles que empreendem por necessidade, até os que

desenvolvem um engajamento estratégico com seus negócios, buscando crescimento e profissionalização. A presença de perfis mais maduros indica um potencial de desenvolvimento sustentável, desde que amparado por políticas de incentivo e capacitação.

O quarto e último objetivo tratou da realidade dos empreendimentos locais, revelando obstáculos estruturais significativos, como ausência de políticas públicas eficazes, dificuldade de acesso ao crédito, burocracia e carência de formação técnica. Em contrapartida, os entrevistados também demonstraram disposição para aprender e evoluir, buscando estratégias de crescimento como capacitações, digitalização dos serviços e valorização da clientela local.

Em síntese, a pesquisa demonstra que o empreendedorismo em Bezerros é movido majoritariamente pela necessidade, mas também por potencial criativo e desejo de autonomia. O cenário é desafiador, mas repleto de oportunidades, especialmente quando se considera o papel do turismo e da cultura local como motores de geração de renda e identidade.

A contribuição deste trabalho está na visibilização de um segmento de empreendedores pouco explorado na literatura acadêmica: o de cidades do interior, fora dos grandes centros urbanos. Além disso, o estudo fornece subsídios importantes para políticas públicas, programas de apoio e estratégias de fomento à inovação e à sustentabilidade dos pequenos negócios.

Para pesquisas futuras, recomenda-se o aprofundamento do estudo com foco nos empreendimentos ligados somente ao turismo em Bezerros, dada sua relevância para a economia local. Também seria pertinente investigar o impacto de programas de microcrédito e capacitação sobre a performance dos empreendimentos, bem como realizar estudos comparativos com outras cidades do Agreste pernambucano, ampliando a compreensão sobre as dinâmicas regionais do empreendedorismo

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. Três em cada 10 MEI fecham as portas em até cinco anos de atividade no Brasil. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/economia-e-politica/tres-em-cada-10-mei-fecham-as-portas-em-ate-cinco-anos-de-atividade-no-brasil>. Acesso em: 7 maio 2025.

AMARAL, M. C.; FERREIRA, J. R.; SANTOS, L. P. O papel das micro e pequenas empresas no desenvolvimento econômico de cidades do interior: um estudo de caso em Corumbá-MS. *Revista Brasileira de Desenvolvimento Regional*, v. 19, n. 2, p. 112–130, 2021.

ANDRADE, P. C.; LIMA, R. M. Empreendedorismo e desenvolvimento local: o impacto das pequenas empresas nas cidades pequenas. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2018.

BARTHES, R. *Elementos de Semiologia*. 11. ed. São Paulo: Editora Cultrix, 1996.

BAUER, M. W.; GASKELL, G. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes, 2017.

CARTA CAPITAL. Pequenas cidades lideram crescimento e atraem novos negócios no Brasil. 28 fev. 2025. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/do-micro-ao-macro/pequenas-cidades-lideram-crescimento-e-atraem-novos-negocios-no-brasil>. Acesso em: 29 jul. 2025.

COSTA, F. G. Políticas públicas para o incentivo ao empreendedorismo em pequenas cidades. *Revista Brasileira de Política Pública*, v. 34, n. 2, p. 211–230, 2020.

COSTA, M. R. S. O papel das políticas públicas no fomento ao empreendedorismo no Brasil. *Revista Brasileira de Empreendedorismo*, v. 15, n. 4, p. 75–90, 2020.

DRUCKER, P. F. *A prática da administração de empresas*. São Paulo: Pioneira, 2001.

DRUCKER, P. F. *Inovação e espírito empreendedor: práticas e princípios*. São Paulo: Pioneira, 1985.

ESCOLA NACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA (ENAP). Iniciativas premiadas do Prêmio Inovação no Setor Público. Brasília: Enap, 2023. Disponível em: <https://www.enap.gov.br/>. Acesso em: 7 maio 2025.

ETZKOWITZ, H.; LEYDESDORFF, L. The Triple Helix–University-Industry-Government Relations: A Laboratory for Knowledge Based Economic Development. *EASST Review*, v. 14, n. 1, p. 14–19, 1995.

EXAME. Empreendedorismo: o que é, tipos e características. Exame, 16 abr. 2024. Disponível em: <https://exame.com/invest/guia/empreendedorismo-o-que-e-red04/>. Acesso em: 28 jul. 2025.

FELÍCIO JR., Rafael. Empreender na periferia: o que a ciência diz sobre negócios em favelas? O que a academia já investigou e o que ainda precisamos descobrir. São Paulo: Fundação Dom Cabral, 2025. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/393502104_Empreender_na_Periferia_O_que_a_Ciencia_diz_Sobre_Negocios_em_Favelas_O_que_a_Academia_ja_Investigou_e_o_que_Ainda_Precisamos_Descobrir. Acesso em: 7 ago. 2025

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração da Universidade de São Paulo*, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5–28, abr./jun. 1999.

FLICK, U. *Qualidade na pesquisa qualitativa*. Porto Alegre: Bookman Editora, 2009.

KNIGHT, F.H. *Risk, uncertainty and profit*. Boston: Hart, Schaffner & Marx; Houghton Mifflin Company, 1921. Disponível em <http://www.econlib.org/library/Knight/knRUP.html> Acesso em 04 jan. 2006.

LOPES, M. A.; LIMA, M. A. Empreendedorismo no Brasil: panorama, desafios e perspectivas. *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/regepe/a/6zcYTYF7BqsSxtZYPRzqqsh/?lang=pt>. Acesso em: 7 maio 2025.

LORRAIN, J.; DUSSAULT, L. *Les caractéristiques entrepreneuriales: une revue de la littérature et quelques implications pour la formation et le counseling*. Québec: Université Laval, 1988. (Rapport de recherche, Département de psychologie).

MANZZI, Ana Carolina. Empreendedorismo por necessidade: falta de oportunidade de trabalho motiva abertura de novos negócios. O Dia, 8 set. 2024. Disponível em: <https://odia.ig.com.br/economia/2024/09/6912373-empreendedorismo-por-necessidade-falta-de-oportunidade-de-trabalho-motiva-abertura-de-novos-negocios.html>. Acesso em: 29 jul. 2025.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. 7. ed. 8. reimpr. São Paulo: Atlas, 2015.

MCCLELLAND, D. C. The achieving society. Princeton: Van Nostrand, 1961.

MERRIAM, Sharan B.; TISDELL, Elizabeth J. Design de pesquisa qualitativa: uma abordagem para a construção do conhecimento. 3. ed. Porto Alegre: Penso, 2015.

MINAYO, M. C. S. Análise qualitativa: teoria, passos e fidedignidade. Ciência & Saúde Coletiva, v. 17, p. 621–626, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1413-81232012000200015>. Acesso em: 11 maio 2025.

MORAIS, I. A.; SANTOS, R. C. Entendendo a capilaridade da economia do artesanato em Bezerros. Revista Desafio Online, v. 12, n. 3, p. 201–218, 2024. Disponível em: <https://desafioonline.ufms.br/index.php/deson/article/view/18179>. Acesso em: 24 jul. 2025.

MOTA, J. S. Utilização do Google Forms na pesquisa acadêmica. Humanidades & Inovação, v. 6, n. 12, p. 371–373, 2019. Disponível em: <https://revista.unitins.br/index.php/humanidadeseinovacao/article/view/1106>. Acesso em: 10 mar. 2025.

NAKANO, C. et al. Empreendedorismo, inovação e desenvolvimento econômico local: relações diretas? RISUS – Journal on Innovation and Sustainability, São Paulo, v. 13, n. 3, p. 125–141, set./out. 2022. DOI: 10.23925/2179-3565.2022v13i3p125-141

NSC TOTAL. Santa Catarina tem programa estadual para incentivar o empreendedorismo em pequenos municípios. 2023. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/>. Acesso em: 7 maio 2025.

OLIVEIRA, M. G. Empreendedorismo no Brasil: história, desafios e perspectivas. São Paulo: Editora Atlas, 2020. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/yw9zf/pdf/oliveira-9786587108667.pdf>. Acesso em: 7 maio 2025.

PAIVA, F. G.; LEÃO, A. L. M. S.; MELLO, S. C. B. Validade e confiabilidade na pesquisa qualitativa em administração. *Revista de Ciências da Administração*, v. 13, n. 31, p. 190–209, 2011. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/1516-3865.2011v13n31p190>. Acesso em: 11 maio 2025.

PORTER, M. E. *Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência*. 6. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

PRIM, M.; SCHMIDT, R.; CERATTI, A. Inovação e empreendedorismo social: uma perspectiva de desenvolvimento local e regional. *Anais do Congresso Internacional de Conhecimento e Inovação – CIKI*, v. 6, p. 1–14, 2018. Disponível em: <https://proceeding.ciki.ufsc.br/index.php/ciki/article/view/465>. Acesso em: 7 maio 2025.

RAMOS, Eliana Maria de Queiroz. *Estratégias de comunicação do Plano Nacional de Turismo em Bezerros (PE): análise dos papangus de Bezerros como ferramenta do turismo cultural e desenvolvimento local sob o olhar folkcomunicacional*. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, 2011.

RIBEIRO, E. M.; LIMA, R. D. O impacto do financiamento no sucesso de startups brasileiras. *Revista Brasileira de Empreendedorismo*, v. 12, n. 1, p. 50–65, 2020.

RIBEIRO, L. T.; LIMA, M. A. O impacto do capital financeiro no sucesso de startups no Brasil. *Revista de Administração e Negócios*, v. 12, n. 2, p. 112–130, 2020.

RODRIGUES, L. A. A importância do empreendedorismo para a geração de empregos e o desenvolvimento econômico. *Revista de Administração e Inovação*, v. 16, n. 4, p. 321–339, 2019.

SÁ, L. P. O planejamento estratégico nas startups brasileiras: um estudo de casos. *Revista de Empreendedorismo e Inovação*, v. 7, n. 1, p. 43–59, 2017.

SANTOS, D. S.; MARTINS, J. C. D.; RODRIGUES, S. C. F. Empreendedorismo como vetor de desenvolvimento local: um estudo em municípios de pequeno porte no interior do Ceará. Observatorio de la Economía Latinoamericana, n. 244, 2018. Disponível em: <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/10/empreendedorismo-educacao-brasil.html>. Acesso em: 24 jul. 2025.

SCHUMPETER, J. A. Capitalismo, socialismo e democracia. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1942.

SCHUMPETER, J. A. The theory of economic development. Cambridge: Harvard University Press, 1934.

SEBRAE. Estudo do perfil dos empreendedores brasileiros (Atlas dos Pequenos Negócios). Sebrae, atualizado em 12 de abril de 2023. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/dados/perfil-dos-empresarios-brasileiros/>. Acesso em: 12 jun. 2025.

SEBRAE. O papel da inovação e do empreendedorismo no desenvolvimento econômico. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-papel-da-inovacao-e-do-empresariado-no-desenvolvimento-economico>. Acesso em: 7 maio 2025.

SEBRAE. Em Bezerros, tradição dos Papangus aquece vendas de artesãos durante o carnaval. 2023. Disponível em: <https://pe.agenciasebrae.com.br/cultura-empresaria/em-bezerros-tradicao-dos-papangus-aquece-vendas-de-artesao-durante-o-carnaval/>. Acesso em: 24 jul. 2025.

SEBRAE. O impacto da falta de planejamento estratégico nas MPE. Atualizado em 30 nov. 2022. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/conteudos/posts/o-impacto-da-falta-de-planejamento-estrategico-nas-mpe%2C51766531d1ac4810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 29 jul. 2025.

SEBRAE. Três em cada 10 MEI fecham as portas em até cinco anos de atividade no Brasil. Agência Sebrae de Notícias, 2021. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/economia-e-politica/tres-em-cada-10-mei-fecham-as-portas-em-ate-cinco-anos-de-atividade-no-brasil/>. Acesso em: 28 jul. 2025.

SEBRAE. A taxa de sobrevivência das empresas no Brasil. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/a-taxa-de-sobrevivencia-das-empresas-no-brasil>. Acesso em: 7 maio 2025.

SILVA, A. J. O potencial do empreendedorismo nas pequenas cidades: desafios e oportunidades. São Paulo: Editora Atlas, 2021.

SOUZA, G. T. Fatores determinantes para o empreendedorismo inovador em municípios de pequeno porte no Brasil. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, v. 13, n. 1, p. 45–63, 2024.

SOUZA, R. L. Empreendedorismo nas pequenas cidades: a importância para o desenvolvimento regional. *Revista de Estudos Regionais*, v. 21, n. 3, p. 50–65, 2019.

TIMMONS, J. A. *New venture creation: entrepreneurship for the 21st century*. 6. ed. New York: McGraw-Hill, 2003.

WILLERS, J. Capital social e desenvolvimento local: estudo de caso do município de Terra Roxa (PR). *Revista Paranaense de Desenvolvimento*, Curitiba, n. 110, p. 37–54, 2006.

APÊNDICE A - FORMULÁRIO SEMI ESTRUTURADO**PERGUNTAS**

1- Qual sua idade?

- Menos de 20 anos
- 20 a 30 anos
- 31 a 40 anos
- 41 a 50 anos
- Acima de 50 anos

2- Qual seu sexo?

- Masculino
- Feminino
- Prefiro não informar

3- Qual o seu nível de escolaridade?*

- Ensino Fundamental Incompleto
- Ensino Fundamental Completo
- Ensino Médio Incompleto
- Ensino Médio Completo
- Ensino Superior Incompleto
- Ensino Superior Completo
- Pós Graduação ou acima

4- Há quanto tempo você empreende?*

- Menos de 1 ano
- 1 a 3 anos
- 4 a 7 anos
- 8 a 10 anos

5- Antes de empreender, você já trabalhou com carteira assinada?

- Sim
- Não

6- O que motivou você a empreender? (Pode marcar mais de uma opção)

- Falta de oportunidades no mercado de trabalho
- Desejo de independência financeira
- Identificação de uma oportunidade de negócio
- Influência Familiar
- Necessidade de complemento de renda
- Outro:

7- Qual o setor de atuação do seu empreendimento?

- Comércio
- Serviços
- Indústria
- Turismo
- Artesanato
- Tecnologia
- Outro:

8- Qual o porte do seu empreendimento?

- MEI (Microempreendedor Individual)
- Microempresa
- Empresa de Pequeno Porte
- Empresa de Grande Porte

9- Quantos funcionários (além de você) seu negócio possui?

- Nenhum
- De 1 a 3 funcionários
- De 4 a 10 funcionários
- Acima de 10 funcionários

10- Qual a principal forma de divulgação do seu empreendimento?

- Redes Sociais (Instagram, Facebook, Whatsapp)
- Indicação de Clientes
- Publicidade paga (anúncios online, panfletos, rádio, tv)
- Outro:

11- Quais são os principais desafios que você enfrenta como empreendedor(a)?

12 - Você já buscou algum tipo de capacitação ou curso para melhorar seu empreendimento?

- Sim, participei de cursos e treinamentos na área.
- Sim, mas de forma autodidata (Youtube, livros, etc.)
- Não, nunca busquei capacitação.

13 - Qual estratégia você considera mais importante para o crescimento do seu negócio?

14- Como você avalia o ambiente empreendedor em Bezerros?

- Muito favorável
- Favorável
- Neutro
- Desfavorável
- Muito desfavorável

15- O que você acredita que poderia melhorar no município para favorecer o empreendedorismo?

16- Você acredita que existe apoio suficiente do poder público para os empreendedores locais?

- Sim
- Não
- Não sei informar

17 - Você gostaria de receber apoio em quais áreas para melhorar seu negócio?
(Pode marcar mais de uma opção)

- Capacitação e Treinamentos
- Incentivos financeiros e crédito acessível
- Redução de burocracia e impostos
- Melhoria na infraestrutura do município
- Suporte em marketing e digitalização
- Outro:

Fonte: Elaborado pela autora (2025)