



UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE – UERN

CAMPUS AVANÇADO DE PAU DOS FERROS – CAPF

DEPARTAMENTO DE ECONOMIA – DEC

YANDRA BARBARA DA SILVA PEREIRA

**O EMPREENDEDORISMO EM ERERÉ-CE: uma análise sobre sua configuração
como estratégia de investimento ou de sobrevivência econômica**

PAU DOS FERROS-RN

2025

YANDRA BARBARA DA SILVA PEREIRA

**O EMPREENDEDORISMO EM ERERÉ-CE: uma análise sobre sua configuração
como estratégia de investimento ou de sobrevivência econômica**

Monografia apresentado como requisito para conclusão do Curso de Ciências Econômicas, do Campus Avançado de Pau dos Ferros (CAPF), da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN).

Orientador: Prof. *Dr.* Ronie Cleber de Souza

PAU DOS FERROS-RN

2025

© Todos os direitos estão reservados à Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. O conteúdo desta obra é de inteira responsabilidade do(a) autor(a), sendo o mesmo, passível de sanções administrativas ou penais, caso sejam infringidas as leis que regulamentam a Propriedade Intelectual, respectivamente, Patentes: Lei nº 9.279/1996 e Direitos Autorais: Lei nº 9.610/1998. A mesma poderá servir de base literária para novas pesquisas, desde que a obra e seu(a) respectivo(a) autor(a) sejam devidamente citados e referenciados os seus créditos bibliográficos.

Catálogo da Publicação na Fonte.
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte.

S586e Silva Pereira, Yandra Bárbara da
O EMPREENDEDORISMO EM ERERÉ-CE: uma análise sobre sua configuração como estratégia de investimento ou de sobrevivência econômica. / Yandra Bárbara da Silva Pereira. - Pau dos Ferros, 2025.
66p.

Orientador(a): Prof. Dr. Ronie Cleber de Souza.
Monografia (Graduação em Ciências Econômicas).
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte.

1. Empreendedorismo. 2. Economia local. 3. Microempreendedor. 4. regionais. I. Souza, Ronie Cleber de. II. Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. III. Título.

YANDRA BARBARA DA SILVA PEREIRA

**O EMPREENDEDORISMO EM ERERÉ-CE: uma análise sobre sua configuração
como estratégia de investimento ou de sobrevivência econômica**

TERMO DE APROVAÇÃO

Monografia apresentada para apreciação da Banca Examinadora em: 26 novembro de 2025.

Prof. *Dr.* Ronie Cleber de Souza
Professor Orientador

Prof. *Dra.* Wagna Maquis Cardoso de Melo Gonçalves
Membro da banca

Prof. *Me.* Francisco Wellington Ribeiro
Membro da banca

Yandra Barbara da Silva Pereira
Orientanda

PAU DOS FERROS-RN

2025

DEDICATÓRIA

Aos meus filhos, Yascara e Kevin, cuja presença e amor foram meu maior incentivo para
concluir este trabalho.
À memória de Joana, minha vó, cuja lembrança permanece como inspiração de coragem e
ternura.

EPÍGRAFE

Um dia precisei de apoio, e o que ouvir foi:
“Der seus pulos”! Desde então, nunca mais parei de pular!

AGRADECIMENTOS

A Deus, agradeço pela graça que me acompanhou em cada etapa desta jornada. Foi Ele quem me deu força nos momentos de cansaço, clareza quando as dúvidas surgiram e coragem para seguir mesmo quando tudo parecia difícil. Sua mão esteve sobre mim o tempo inteiro e sem ela, eu não teria chegado até aqui.

À minha família, ao qual é minha tia e meus dois filhos, vocês são a base sólida que me sustenta e o motivo pelo qual esta conquista se torna ainda mais especial. Amo vocês incondicionalmente e todas as conquistas serão não só minhas mais nossas.

À minha amiga Luzia, agradeço por estar sempre presente, oferecendo não apenas ajuda prática, mas também, incentivo e companhia nos momentos em que a caminhada parecia pesada. Sua presença fez toda diferença.

Agradeço de forma especial a Brena por sempre acreditar no meu potencial, por segurar minha mão e mim fazer ver que sou capaz.

Ao meu orientador, Ronie, expresso minha sincera gratidão pela orientação, pela paciência, pela orientação firme e cuidadosa, que deu direção às minhas ideias e clareza ao meu percurso.

Vocês foram essenciais nesse percurso, meu muito obrigado!

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo analisar o empreendedorismo na cidade de Ereré-CE, investigando se ele se configura como uma forma de investimento ou como um meio de sobrevivência diante das limitações econômicas locais. A pesquisa foi desenvolvida por meio de uma abordagem qualitativa e quantitativa, utilizando-se de revisão bibliográfica e aplicação de entrevistas e questionários junto aos empreendedores da cidade. A análise dos dados revelou que o empreendedorismo local é caracterizado, em sua maioria, por iniciativas de necessidade, surgindo como alternativa à falta de emprego formal e à busca por renda e autonomia financeira. Observou-se ainda o protagonismo feminino no setor, evidenciando o papel essencial das mulheres na manutenção econômica das famílias. A pesquisa mostrou que a maioria dos empreendimentos apresenta baixa lucratividade e dificuldades de expansão, reflexo da ausência de apoio técnico e financeiro. Contudo, constatou-se também a resiliência e a persistência dos empreendedores em manter seus negócios, contribuindo para a geração de emprego e fortalecimento da economia local. Conclui-se que o empreendedorismo em Ereré-CE desempenha um papel fundamental como instrumento de inclusão social e desenvolvimento, mas requer políticas públicas eficazes e capacitação contínua para se tornar uma via sustentável de crescimento econômico.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Economia local; Microempreendedor; Desenvolvimento regional.

ABSTRACT

This study aims to analyze entrepreneurship in the city of Ereré-CE, investigating whether it is configured as a form of investment or as a means of survival in the face of local economic limitations. The research was developed through a qualitative and quantitative approach, using a literature review and the application of interviews and questionnaires to entrepreneurs in the city. The data analysis revealed that local entrepreneurship is mostly characterized by necessity-driven initiatives, arising as an alternative to the lack of formal employment and the search for income and financial autonomy. The study also observed the leading role of women in the sector, highlighting their essential role in the economic maintenance of families. The research showed that most ventures have low profitability and difficulties in expansion, reflecting the lack of technical and financial support. However, it also revealed the resilience and persistence of entrepreneurs in maintaining their businesses, contributing to job creation and strengthening the local economy. It is concluded that entrepreneurship in Ereré-CE plays a fundamental role as an instrument of social inclusion and development, but it requires effective public policies and continuous training to become a sustainable path for economic growth.

Key Words: Entrepreneurship; Local economy; Micro-entrepreneur; Regional development.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Faixa de Pró-labore do Empreendedor.....	37
Gráfico 2: Faixa de Renda mensal da família (todos os rendimentos da residência).	38
Gráfico 3: Ramo de atuação do Empreendedor.....	40
Gráfico 4: Tempo de atuação no negocio.....	41
Gráfico 5: Estimativa de lucro mensal do Empreendimento.....	42
Gráfico 6: Como surgiu o interesse pelo empreendedorismo.....	43
Gráfico 7: Tempo decorrido entre a ideia inicial e a abertura do negócio.....	45
Gráfico 8: Teve Sócios na abertura do negócio.....	46
Gráfico 9: Quais os maiores desafios no início do negócio.....	47
Gráfico 10: Qual origem do Capital para início do negócio.....	49
Gráfico 11: Fez algum tipo de curso antes de começar a empreender?	50

LISTA DE QUADROS

Quadro1: Percentual dos dados pessoais.....	33
Quadro2: Percentual dos dados socioeconômicos.....	35

LISTA DE SIGLAS

CEAPG - Centro de Estudos em Administração Pública e Governo

CENN - Centro de Empreendedorismo do Nordeste

GEM- Global Entrepreneurship Monitor

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

MEIs- Microempreendedores Individuais

MPE - Ministério Público Estadual

ONGs -Organizações Não Governamentais

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 EMPREENDEDORISMO: BREVE ANALISE HISTORICA.....	14
2.1 A Evolução histórica do empreendedorismo.....	14
2.2 Empreendedorismo no Brasil: conceito e perfil empreendedor.....	19
3 ECONOMIA LOCAL E O IMPACTO SOCIOECONÔMICO DO EMPREENDEDORISMO	24
3.1 A Importância do Comércio Local e o Papel das Micro e Pequenas Empresas (MPE) na economia.....	24
3.2 Programas Governamentais e não governamentais de apoio ao Empreendedorismo.....	26
4 O EMPREENDEDORISMO EM ERERÉ-CE.....	30
4.1 Procedimentos Metodológicos do trabalho de campo	31
4.2 Características gerais do Ereré-CE.....	32
4.3 Resultado da pesquisa de campo.....	33
4.3.1 Análise do perfil dos entrevistados e as condições socioeconômicas.....	33
4.4 Informação geral sobre a atividade empreendedora	39
4.5 Outras informações da atividade empreendedora.....	50
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	55
REFERÊNCIAS	57
ANEXO I: ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA APLICADA AOS EMPREENDEDORES DA CIDADE DE ERERÉ-CE	61
ANEXO II: Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).....	66

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo desempenha um papel importante na sociedade atual em que vivemos, onde o seu conceito tem sido muito difundido no Brasil, nos últimos anos, intensificando-se no final da década de 1990. De acordo com Medeiros (2006), o empreendedorismo não é nada desconhecido, devido ao capitalismo ter uma forte predominância, sendo usado de forma relevante como uma estratégia de planejar e tomar decisões quanto a aquisições de equipamentos e na visão de futuro, levando em consideração o presente e as metas traçadas.

Sabendo isso, o perfil do empreendedor irá representar fatores que poderão influenciar a gestão da criação de negócios. A palavra empreendedora vai se origina do termo francês *entrepreneur* que significa *aquele que está entre ou intermediário* (Hisrich; Peters; Shepherd, 2014). Ainda conforme os autores, o termo foi utilizado pelo economista francês Jean-Baptiste Say com o objetivo de nomear o indivíduo que transfere recursos econômicos de um setor de baixa produtividade para um setor de produtividade mais elevada.

Esta conjuntura nos leva a concluir que há uma tendência de concentração de negócios onde são realizados entre grandes organizações, com oportunidades mais reduzidas para novos empreendimentos. Porém, alguns estudos nos mostram o contrário, onde uma nova onda de empreendedores, principalmente no Brasil, como irá mostrar os relatórios de vários fomentadores do empreendedorismo no país Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), *GlobalEntrepreneurshipMonitor*(GEM), *Endevour*, etc., onde a participação como micro e pequenas empresas, na economia tem aumentado significativamente na última década (SEBRAE, 2023), e outros fomentadores como o governo, universalidades, instituições tecnológicas e Organizações não governamentais (ONGs)

O empreendedorismo local desempenha um papel estratégico na construção de uma economia robusta e socialmente integrada, funcionando como um catalisador para a geração de empregos, a disseminação da inovação e a preservação das identidades culturais regionais. Sua relevância se manifesta na capacidade de mitigar desigualdades socioeconômicas, ao fomentar um ecossistema empresarial mais dinâmico e inclusivo, promovendo a coesão social por meio do fortalecimento do senso de pertencimento comunitário. (Regazzi, 2022).

A cidade de Ereré-CE apresenta um mercado local composto de pequenos negócios de diferentes ramos, tanto de roupas quanto no setor alimentício. Assim, a questão de partida deste estudo é: Como os empreendedores locais se adaptaram as mudanças impostas pelo mercado, e qual seu nível de renda: apenas sobrevivência ou acumulação de capital para investimento no negócio?

Consoante com esta discussão, o objetivo geral da presente pesquisa é compreender como o empreendedorismo local tem se destacado, analisando os indivíduos e suas respectivas formas de obtenção de renda. Como objetivos específicos: Identificar o perfil socioeconômico do público empreendedor, verificar os fatores que motivaram a empreenderem em determinado negócio, analisar qual é a situação atual do empreendedor, se é um empreendimento de sobrevivência ou se permite acumulação de capital, verificar se existe ações públicas de apoio e incentivo ao empreendedor local, e como tem os ajudados na implementação e desenvolvimento do negócio.

Para a realização desses objetivos, além de pesquisa bibliográfica, foi realizada uma pesquisa de campo junto aos empreendedores locais da cidade de Ereré-CE, cujos detalhes são elencados no capítulo dos resultados deste trabalho.

A presente pesquisa está estruturada em três capítulos, além dessa introdução e das considerações finais. No primeiro capítulo, se fez um breve esboço sobre a análise histórica do empreendedorismo; no segundo capítulo, faz-se considerações sobre a economia local, e o impacto social e econômico, no terceiro, explora-se os resultados gerais da pesquisa, por meio da análise dos dados primários coletados sobre os empreendedores de Ereré-CE, buscando responder aos objetivos propostos inicialmente apresentados no trabalho; Por fim, nas considerações finais, faz-se um apanhado geral dos objetivos alcançados, bem como para a proposição de novos estudos dentro da temática do empreendedorismo e pequenos municípios, podendo vir a servir de referência para futuros trabalhos.

2 EMPREENDEDORISMO: BREVE ANÁLISE HISTÓRICA

Neste capítulo, faz-se um breve esboço sobre a análise histórica do empreendedorismo no mundo e no Brasil, notadamente após os anos 1990 até o contexto atual.

2.1 A Evolução histórica do empreendedorismo

Portanto empreendedor era a pessoa que precisava de capital e o fornecedor do capital eram os investidores de risco. Um investidor de risco é um administrador, profissional do dinheiro que faz investimentos de riscos com o objetivo de obter altas taxas de retorno sobre o investimento.

No final do século XIX e no início do século XX, a definição do empreendedor passou a ser vista por perspectiva econômica. Dito deste modo prevê, o empreendedor organiza e opera uma empresa para lucro pessoal. Paga os preços atuais pelos materiais consumidos no negócio, pelo uso da terra, pelo serviço de pessoas que emprega e pelo capital de que necessita contribuindo com sua própria iniciativa, habilidade e engenhosidade no planejamento, organização e administração da empresa. Também assume a possibilidade de prejuízo e de lucro em consequência de circunstâncias imprevistas e incontroláveis. O resíduo líquido das receitas anuais do empreendimento, após o pagamento de todos os custos são retidos pelo empreendedor (Ely; Ress, 1937, p. 488).

De acordo com o SEBRAE (2023) O empreendedorismo é uma prática antiga que se refere a uma pessoa que cria e gerencia um negócio com o objetivo de obter lucro. Embora tenha sido um termo popularizado apenas no século XX, os empreendedores existem há muito tempo na história da humanidade. Hoje em dia, o empreendedorismo é visto como uma forma de criar empregos, gerar inovação e criar valor econômico. Muitas instituições governamentais e privadas incentivam o empreendedorismo, oferecendo financiamento, mentorias e recursos para novos empreendedores. Além disso, o empreendedorismo social, que busca soluções para problemas sociais e ambientais, está se tornando cada vez mais popular.

Segundo Valenciano Sentanin; Barboza (p.1-15,2005) nos últimos anos, após várias tentativas de estabilização da economia e da imposição da globalização, grandes empresas tiveram de procurar alternativas para aumentar a competitividade, reduzir os custos e manter

se no mercado. Onde o empreendedorismo representava um caminho relevante para a mobilidade social, especialmente para pessoas das classes média e média-baixa, apesar de fatores como a origem familiar e o acesso a recursos que influenciam. Em determinadas realidades, o empreendedorismo pode abrir oportunidades de ascensão social, desafiando a ideia de que o futuro de um indivíduo é determinado unicamente por sua origem social. Dessa forma, pode-se ressaltar a importância do empreendedorismo na promoção da democratização social e na redução das desigualdades, sobretudo em países com grandes disparidades de renda. Além disso, destacam o empreendedorismo como uma via potencial para a inclusão social e a mobilidade ascendente, principalmente para aqueles com origens mais desfavorecidas.

Segundo Dornelas (2008), a preocupação com a criação de pequenas empresas duradouras e a necessidade da diminuição das altas taxas de mortalidade desses empreendimentos são, sem dúvida, motivos para a popularidade do termo empreendedorismo ao qual tem recebido uma especial atenção por parte do governo e de entidades de classe.

Antes de começar a ir para definições mais utilizadas e aceitas, é importante fazer uma breve viagem histórica pelo seu desenvolvimento e o surgimento da sua teoria de forma criativa e inspiradora para os demais.

Na Idade Média, a atividade empreendedora referia-se à ação de um participante ou administrador de grandes projetos de produção e obras. Nesse contexto, o empreendedor não corria risco, pois somente administrava os recursos recebidos e, geralmente, era contratado pelo governo. A ligação do termo empreendedor ao risco desenvolveu-se a partir do século XVII, quando o empreendedor passou a ingressar em um acordo contratual de valor fixo com o governo para desempenhar um serviço ou fornecer produtos predeterminados; assim, o lucro ou prejuízo era do empreendedor (Hisrich; Peters, 2004)

Adam Smith, em sua obra *A riqueza das nações*, lançada em 1776, apresenta o empresário de três diferentes formas. O primeiro seria o *adventurer*, termo que poderia ser traduzido por aventureiro ou especulador, isto é, indivíduo que investe seu capital em empreendimentos de alto risco. Outra forma de empresário é o projetor, termo que guardava uma clara ambiguidade, podendo significar aquele que faz maquinações para trapacear ou roubar, assim como aquele que realiza planos ou executa uma "invenção honesta". De maneira geral, Smith é hostil tanto em relação ao *adventurer* quanto ao projetor, condenando-os por levarem à falência as pessoas que se engajam em seus projetos insensatos ou por desperdiçarem os fundos destinados à manutenção dos trabalhadores. Há ainda uma terceira

forma de empresário, o *undertaker*, que também se dedica a realizar projetos; mas, ao contrário do projetor, age sempre com prudência e moderação. Smith tem uma simpatia maior ao *undertaker*, o que pode estar relacionado à sua formação filosófica, que o impede de aprovar as ações dos que especulam com ideias e projetos arriscados (Paula; Cerqueira, p.113-127, 2000).

No decorrer dos anos, e com as novas revoluções tecnológicas e sociais, houve impactos também na formação do empreendedor. Atualmente, o termo empreendedor abrange desde uma ação individual orientada para o lucro econômico até ações coletivas visando à redução da desigualdade social (Dornelas, 2020).

Todo empreendedor se torna de fato um bom administrador do seu próprio negócio embora não seja fácil compreender as diferenças e similaridades, é necessário analisar suas características diversas e funções. Embora o empreendedor vai se por características adicionais, como criatividade, inovação e disposição para assumir riscos, diferenciando-se do tradicional. Onde a sua abordagem clássica ou processual, por exemplo, enfatiza a impessoalidade, a organização e a hierarquia, estabelecendo que administrar o próprio negócio envolve planejar, organizar, dirigir e controlar. É interessante observar que o empreendedor de sucesso tem consigo uma característica singular, o fato de se conhecer como ter em mente o negócio em que atua, e que levava um tempo e requer experiência. Talvez esse seja um dos motivos que levam à falência de empresas criadas por jovens entusiasmados, mas sem o devido preparo (Dornelas, 2018).

Outro fator que diferencia o empreendedor de sucesso do administrador comum, para Dornelas (2008), é o constante planejamento a partir de uma visão de futuro. Esse talvez seja o grande paradoxo a ser analisado, já que o ato de planejar é considerado uma das funções básicas do administrador desde os tempos de Fayol. Então, não seria o empreendedor aquele que assume as funções, os papéis e as atividades do administrador de forma complementar a ponto de saber utilizá-los no momento adequado para atingir seus objetivos? Nesse caso, o empreendedor estaria sendo um administrador completo, que incorpora as várias abordagens existentes sem se restringir a apenas uma delas, e interage com seu ambiente para tomar as melhores decisões.

No século XVIII, veio a diferenciação entre o investidor de capital e o empreendedor. Uma das causas dessa evolução foi a industrialização, onde muitas coisas estavam sendo inventadas, como por exemplo, Eli Whitney com a invenção do descaroçador de algodão e Thomas Edison com a eletricidade. Os dois empreenderam com seus estudos, porém para

colocar em prática, necessitavam de capital, o capital era financiado pelos investidores. Portanto empreendedor era a pessoa que precisava de capital e o fornecedor do capital eram os investidores de risco. Um investidor de risco é um administrador, profissional do dinheiro que faz investimentos de riscos com o objetivo de obter altas taxas de retorno sobre o investimento (Hisrich; Peters; Shepherd, 2014).

Dornelas (2008) menciona que empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, antecipando-se às situações, com visão futura do negócio. Já Armond e Nassif (2009) citam em seu trabalho que o empreendedor deve ser um identificador de oportunidades de negócio, criador de negócios e tomador de riscos, além de ser aquele que informa o mercado sobre novos elementos.

Um fator que vai destacar o empreendedor de sucesso e o seu planejamento a partir de uma visão de futuro. Enquanto a maioria dos empreendedores nasce com certo nível de inteligência, empreendedores de sucesso acumulam habilidades relevantes, experiências e contatos com o passar dos anos. A capacidade de ter visão e perseguir oportunidades que iram se aprimora com o tempo (Dornelas,2016).

De acordo com o SEBRAE (2016), o comportamento empreendedor é uma combinação de mentalidade, atitude e habilidades que podem ser desenvolvidas e aplicadas tanto na carreira quanto no negócio. Ao desenvolvê-lo, poderá colher como benefícios. Como resultado das novas tecnologias e avanços, hoje em dia se torna muito mais fácil ser empreendedor inclusive em cidades pequenas. Tendo como facilidade o acesso à internet, onde há mais pessoas aproveitando o uso de suas redes sociais tendo boa parte do tempo, disponíveis para contar suas experiências, com mais acesso a essas informações, e até com universidades e cursos inteiros voltados para o empreendedorismo. Isso propicia uma visão mais ampla sobre o assunto.

O que antes era difícil, nos dias atuais tem se tornado uma modalidade, uma forma de gerar renda extra (Sebrae,2015). Levando em consideração desenvolvimento das regiões que está principalmente conectado com a ligação de empresas instaladas nas mesmas. Que de fato deve ocorrer pelo valor de contribuição que é obtido para a movimentação da economia por meio de sua produção, comercialização de mercadorias, como também, prestação de serviços e, por sua capacidade de gerar empregos, renda e tecnologia (Sebrae,2015).

Os empreendedores são pessoas diferenciadas que buscam nas suas dificuldades uma motivação. O empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para

capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados, em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor (Valenciano; Barboza (2005).

Para Schumpeter (1997), o empreendedor é o indivíduo capaz de realizar novas combinações dos meios produtivos para promover o desenvolvimento econômico. Ele destaca suas qualidades individuais na seguinte passagem:

[...] na vida econômica, a ação deve ser decidida sem a elaboração de todos os detalhes do que deve ser feito. Aqui o sucesso de tudo depende da intuição, da capacidade de ver as coisas de um modo que depois prove ser correto, mesmo que não possa ser estabelecido no momento, e da captação do fato essencial, descartando-se o não-essencial, mesmo que não seja possível prestar contas dos princípios mediante os quais isso é feito (Schumpeter, 1997, p. 91).

Ao contribuir para consolidar a ordem estabelecida, esse aspecto permitiu que o empreendedorismo se tornasse um fenômeno de massa, sustentado pela concepção de indivíduo empreendedor que, de acordo com López-Ruiz (2007), se alinha plenamente à transformação histórica que originou o capitalismo atual.

A mesma concepção assume contornos bastante mais positivos na visão de Dornelas (2008), segundo o qual os empreendedores são independentes e constroem o próprio destino.

Querem ser independentes, em vez de empregados; querem criar algo novo e determinar os próprios passos, abrir os próprios caminhos, ser o próprio patrão e gerar empregos. [...] utilizam seu capital intelectual para criar valor para a sociedade, com a geração de empregos, dinamizam a economia e inovando, sempre usando sua criatividade em busca de soluções para melhorar a vida das pessoas (Dornelas, 2008, p. 24).

Para o autor, trata-se de um fenômeno tão emblemático do capitalismo contemporâneo que permitiria nomeá-lo como "a era do empreendedorismo", já que "são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade" (Dornelas, 2008, p. 7).

Chiavenato (2007, p. 07) relata ainda que:

O empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. Com seu arsenal transforma

projetos em realidade, para benefício próprio e para benefício da comunidade. Por ter criatividade e um alto nível de energia, o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que, combinados adequadamente, o habilitam a transformar uma ideia simples e mal estruturada em algo concreto e bem-sucedido no mercado.

Na definição de Shumpeter (1949, *apud* Dornelas, 2005 p. 39), o “empreendedor é ‘aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais’. Esse conceito está diretamente ligado ao empreendedorismo interno às organizações.

Schumpeter (1982) destaca que o empreendedorismo não se limita à criação de negócios, mas à capacidade de transformar conceitos em oportunidades concretas. O empreendedor rompe com o equilíbrio existente ao introduzir novos produtos, serviços ou processos, estimulando a inovação e contribuindo para o desenvolvimento econômico. Essa função exige visão estratégica, análise de riscos e resiliência, já que a transformação do mercado envolve desafios e resistência, tornando o empreendedor um agente central na evolução econômica e social.

Para Chiavenato (2014), o empreendedorismo surge como resposta à necessidade de adaptação em ambientes econômicos dinâmicos e competitivos. O empreendedor é capaz de reconhecer oportunidades, explorar recursos disponíveis e superar obstáculos, aplicando criatividade e inovação no desenvolvimento de soluções viáveis. Esse processo exige planejamento estratégico, habilidade para lidar com riscos e visão de longo prazo, permitindo que o empreendedor não apenas estabeleça um negócio, mas contribua de forma significativa para o crescimento econômico e social da comunidade em que atua.

2.2 Empreendedorismo no Brasil: e perfil empreendedor

Atualmente, o cenário se desenvolveu não apenas para a criação de novos negócios, mas também para uma perspectiva empreendedora. No Brasil, o empreendedorismo como conceito surgiu no Brasil por volta de 1990, período marcado pela abertura econômica e pela competição entre produtos nacionais e importados. Desse modo, muitos empresários

brasileiros se sobressaíram especialmente nos setores de varejo e, segundo o Sebrae (2019) atualmente cerca de 52 milhões de brasileiros são empreendedores.

O surgimento dos primeiros empreendedores no Brasil ocorreu devido a uma abertura maior da economia na década de 1990. Porém esses novos empreendedores não detinham de conhecimentos suficientes para administrar seus negócios. Foi a partir desse surgimento do pequeno empreendedor que o SEBRAE começou a dar um suporte técnico para esses novos empreendimentos

O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas. Antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas (Dornelas, 2005, p.26).

A função do empreendedor seria, exatamente, a de “fazer novas coisas ou de fazer as coisas que já vinham sendo feitas de novas maneira” (Schumpeter, 1991, p. 412). Ou seja, de alterar, de alguma forma, as funções de produção então existentes. Como exemplos de inovação seria possível inserir, por exemplo, novas maneiras de organização da produção e de um setor industrial; lançamento de novos produtos no mercado; introdução de produtos aperfeiçoados; desbravamento de novos mercados e ambientes; utilização de novos recursos, materiais e matérias-primas, etc. Os empreendedores são os perturbadores do mercado, os agentes de “desequilíbrio criativo”.

De acordo com o conceito de Dornelas (2008), há alguns anos atrás, acreditava-se que o empreendedorismo já nascia com a pessoa e estas pessoas eram destinadas ao sucesso nos negócios. Porém, isto é um mito, pois espera que o processo empreendedor possa ser ensinado e entendido por qualquer pessoa, sendo que o sucesso é garantido pelo perfil do empreendedor e da maneira em que ele administra as infelicidades que aparecem no dia-a-dia do empreendimento.

O empreendedorismo está associado à criatividade e a oportunidade. Um verdadeiro empreendedor é criativo e faz com que essa criatividade expande para toda sua equipe gerando assim, uma cultura criativa e inovadora no seu negócio. Muitas vezes, um empreendimento pode não dar certo, porém, um verdadeiro empreendedor é cheio de superações e consegue facilmente transmitir uma enorme capacidade de inovação,

melhorando sempre algo que não deu certo, pois para ele um fracasso se torna uma oportunidade de aprender e aperfeiçoar, não deixando se abalar (Dornelas, 2008).

Souza Neto e Sales (2004) afirmam que o empreendedorismo surge como sendo uma das bases fundamentais para o processo de criação de riquezas e, acima de tudo, crescimento econômico.

É um processo dinâmico de criação de riqueza incremental. A riqueza é criada por indivíduos que assumem maiores riscos em termos ativos, tempo e perspectivas de carreira, para produzirem bens ou serviços através dos recursos que lhe são disponibilizados (Souza Neto; Sales, 2004, p. 10).

Ser empreendedor não é somente uma questão de acúmulo de conhecimento, mas a introjeção de valores, atitudes, comportamentos, formas de percepção do mundo em si mesmo voltados para atividades em que o risco, a capacidade de inovar, perseverar e de conviver com a incerteza são elementos indispensáveis (Dolabela, 1999).

O empreendedor encontra oportunidades de negócio e em cima delas, cria capital, sempre levando em consideração os riscos apresentados. Qualquer definição apresentada para o empreendedorismo traz consigo três itens fundamentais para o empreendedor: Iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz; utiliza recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive; e aceita assumir os riscos e a probabilidade de fracassar (Dornelas, 2010). Para Drucker (2002 apud Pereira, 2011, p. 6):

Os empreendedores são pessoas que inovam. A inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço diferente. O empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela e a explora como sendo uma oportunidade.

De acordo com Pereira (2011), os empreendedores buscam sempre a inovação, com base na ética e na criação de novos empregos. Esses inovadores se baseiam em exemplos familiares ou grandes líderes para tomarem suas iniciativas de trabalho. Deste modo, é possível a formação de novos empreendedores em escolas especializadas, mas é mais comum que surjam, quando a base de criação seja empreendedora, na convivência com outros empreendedores.

Portanto, o empreendedor é aquele que enxerga diante de si uma oportunidade de investimento, acolhe e enfrenta todos os desafios do caminho para alcançar o sucesso de seu projeto. Por consequência deste espírito empreendedor, este ser humano é ambicioso e deseja

chegar a algum lugar bem específico. O empreendedor “tem que estar permanentemente de olho nos acontecimentos, traçando diretrizes e corrigindo rumos para chegar onde pretende” (Dolabela; Fillion, 2000, p. 17).

Segundo Brito (2013), na década de 1990 o empreendedorismo passou a ser foco de políticas públicas e de estudos em instituições de ensino superior e médio. Isso aconteceu devido ao grande surgimento e evolução da tecnologia, que fizeram as pessoas ficar mais competitivas no mercado. E tudo isso, até os dias de hoje, são observados por programas governamentais e sendo incentivados a melhorar.

Para Fillion (1999), um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões. Isso reforça a iniciativa de que os empreendedores, mesmo tendo públicos e produtos diferentes, tem um objetivo final: colocar em prática suas ideias e gerar o devido lucro.

Segundo Carvalho (1996), os empreendedores são capazes de criar algo novo, assumindo todo o risco em função de um sonho, o de ter sucesso em toda sua carreira, aprendem com os erros, e encaram o negócio como um desafio a ser superado. Tem facilidade de solucionar problemas, influenciando no seu lado empreendedor, e identificam oportunidades e pensam na melhoria da sua atividade.

No cenário brasileiro, o destaque do empreendedorismo se evidencia em pesquisas internacionais. Em 2007, o país ocupava a 9ª posição no ranking mundial de países mais empreendedores, em um levantamento que abrangeu 42 nações. Já em 2018, a pesquisa realizada pela *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) apontou o Brasil como o 2º colocado em desempenho empreendedor, entre 49 países avaliados, registrando cerca de 52 milhões de brasileiros envolvidos em atividades produtivas (GEM, 2018).

Inicialmente quando se fala em empreendedorismo, de acordo com Barreto (2022) deve-se levar em conta não somente o empreendimento em si, antes de qualquer negócio sair do papel e criar forma, existe alguém por trás dele, responsável por criar, inovar, ter para atividade e dedicação. E identificar o perfil do empreendedor é essencial para o sucesso do negócio.

A partir da concepção da análise do perfil empreendedor brasileiro, observa-se que existe um perfil que direciona as características de um gerador de negócio. Desse modo, Rodrigues (2020) acredita que as pessoas capazes de engajar em novos negócios, produzir riqueza, participar do crescimento econômico, abrir novos empregos e gerar valor para a

sociedade. Este é o espírito empreendedor que incentiva novos empreendimentos, impulsiona a prosperidade e aumenta as oportunidades de novos negócios e iniciativas.

Os empreendedores por necessidade, de acordo com o estudo de Bandeira; Cunha (2023) geralmente são aquelas pessoas que não possuem trabalho formal, e passam a empreender para manter-se economicamente ativos na sociedade e geralmente, iniciam suas atividades de negócio sem nenhum planejamento por impulso do momento em que vivem.

3 ECONOMIA LOCAL E O IMPACTO SOCIOECONÔMICO DO EMPREENDEDORISMO

Neste capítulo, faz-se considerações sobre a Economia local e o impacto socioeconômico do empreendedorismo, destacando seu crescimento e a relevância para a economia no que diz respeito a geração de emprego e renda.

3.1 A Importância do Comércio Local e o Papel das Micro e Pequenas Empresas (MPE) na economia

De acordo com o Serviço brasileiro de apoio ao micro e pequenas empresas (SEBRAE, 2023, p.2):

O mercado local pode ser definido como um conjunto de estabelecimentos comerciais, como lojas, restaurantes, comércios, ou outros estabelecimentos que vendam serviços ou produzam e gere renda, que são operados por proprietários e funcionários que residem em uma mesma região ao qual o comércio está localizado.

Geralmente, o comércio local está sendo composto por pequenas e médias empresas que vão atender a uma comunidade, oferecendo produtos e serviços personalizados que irá contribuir para o desenvolvimento econômico da região. Entender as tendências de mercado e como elas afetam a economia local é fundamental para empresários e os empreendedores, e até mesmo investidores e formuladores de políticas. Há diversas tendências de mercado que estão influenciando a economia local. Ao conhecer essas tendências é possível adaptar estratégias e aproveitar novas oportunidades (Sebrae, 2021).

As novas tendências de mercado têm gerado impactos significativos na economia local, seja por meio de incentivo aos mais novos empreendedores, que estão entrando no ramo em busca de uma nova fonte de renda ou apenas uma opção de um investimento. Alguns desses empreendimentos se tornam bem-sucedidos ao longo do tempo, capazes de gerar recursos, e outros se tornam apenas uma fonte de sobrevivência (Dornelas, 2016).

A abertura de novos empreendimentos provoca impactos positivos na economia local, uma vez que gera empregos e renda, promovendo a circulação de recursos dentro da cidade. Desde a abertura do negócio e a contratação de funcionários, a economia gira. Mas, como

todo o empreendimento, nem tudo são flores, mesmo dando o giro necessário na economia local, em uma cidade pequena sempre há aqueles que buscam alternativas em cidades vizinhas.

A economia local está em constante evolução, influenciada por vários fatores que vão alterando diariamente o mercado moldando para um futuro onde os negócios sejam fluentes e aceitos pela comunidade. Entender essas possíveis mudanças e seus impactos podem ajudar os empreendedores e possíveis investidores a se prepararem para os desafios e oportunidades que virão. Com uma abordagem proativa e adaptativa, é possível aproveitar as mudanças e contribuir para um crescimento econômico sustentável e próspero.

Vieira (2009) define crescimento econômico como o aumento da capacidade produtiva de uma economia, resultando em mais bens e serviços. Ele também esclarece que o desenvolvimento econômico vai além, combinando esse crescimento com a melhoria efetiva da qualidade de vida para a população.

O estímulo e a formação de empreendedores são vistos por muitos estudiosos como um fator essencial para o desenvolvimento global. Degem (1989, p. 09) também reforça esse pensamento, citando a importância do empreendedor para a economia de um país.

A riqueza de uma nação é medida pela capacidade de produzir, em quantidade suficiente, os bens e serviços necessários ao bem-estar de sua população, [...] por este motivo acreditamos que os melhores recursos que dispomos para solucionar os graves problemas socioeconômicos a liberação e estímulo da criatividade dos empreendedores, através da livre iniciativa, para produzir estes bens e serviços.

Uma das principais razões para a atenção dada ao empreendedorismo é que a maioria dos empregos no mundo é criada por micro e pequenas empresas. Pesquisas mostram que, no Brasil, as MPE são a principal fonte de trabalho. Esse número é ainda mais significativo se considerarmos que muitas dessas empresas operam na informalidade, sem serem contabilizadas nas estatísticas oficiais. A importância dos empreendedores para a sociedade é inegável, pois, conforme Krusch Neto (2002), suas habilidades pessoais e técnicas os transformam em agentes cruciais para o desenvolvimento social e econômico.

Em seu comparativo, Rosenfield (2015) argumenta que o auto emprego, apesar de permitir mais autonomia, enfrenta desafios como a necessidade de longas horas de trabalho, a diluição da fronteira entre a vida pessoal e profissional, a falta de proteção social e a instabilidade financeira. A natureza solitária do micro empreendimento também intensifica as

dificuldades encontradas no ambiente de trabalho, conforme destacam Martins e Costa (2014).

As MPEs contribuem de forma significativa para a diversificação das atividades produtivas, ampliando as oportunidades de trabalho e estimulando o empreendedorismo como alternativa de sobrevivência, renda complementar ou investimento. Em cidades de menor porte, onde a oferta de grandes empresas é limitada, essas iniciativas tornam-se ainda mais relevantes, assumindo um papel estratégico na manutenção do comércio, no atendimento de necessidades básicas e na criação de redes de cooperação entre empreendedores e consumidores.

Assim, compreender o funcionamento do comércio local e o impacto das MPEs permite reconhecer que essas empresas não apenas movimentam a economia, mas também reforçam os laços sociais, valorizam a produção regional e contribuem diretamente para o desenvolvimento sustentável das comunidades. Portanto, fortalecer as micro e pequenas empresas significa, também, fortalecer a própria estrutura econômica das cidades pequenas, garantindo maior estabilidade, oportunidades e capacidade de crescimento para toda a população.

3.2 Programas Governamentais e não governamentais de apoio ao Empreendedorismo

No Brasil há alguns institutos e programas governamentais de apoio e incentivo ao Empreendedorismo. Neste sentido, o governo busca dar suporte para que essas empresas possam crescer com consistências oferecendo mais oportunidades de trabalho. Sabe-se que o grande desafio do Governo é trazer para a formalidade grande parte dessas empresas, para isso algumas medidas são realizadas como por exemplo, diminuir impostos e oferecer algumas garantias para esses empresários (Costa, 2009).

Dentre os institutos de apoio ao empreendedorismo, podemos destacar o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), que foi criado para dar apoio aos pequenos empresários ou cidadãos comuns que querem abrir o próprio negócio. O instituto oferece assessoria e dá suporte aos brasileiros na difícil tarefa de empreender no Brasil. A partir do surgimento do órgão SEBRAE o termo empreendedor se popularizou e alcançou todas as classes da população.

O SEBRAE é um dos órgãos mais conhecidos do pequeno empresário Brasileiro, que busca junto à essa entidade todo suporte de que precisa para iniciar sua empresa, bem como consultorias para resolver pequenos problemas pontuais de seu negócio (Dornelas, 2001, p.38).

O SEBRAE tem a finalidade de informar e dar suporte necessário para a abertura de uma empresa, bem como acompanhar através de consultorias seu andamento, solucionando pequenos problemas do negócio. Já a, SOFTEX¹ foi criada para ampliar o mercado das empresas de software através da exportação e incentivar a produção nacional e para isso, foram desenvolvidos projetos para a capacitação em gestão e tecnologia dos empresários de informática. A SOFTEX é responsável por deslanchar o desenvolvimento de tecnologias nacionais, ela conseguiu através de seus programas, abrigar no país termos como plano de negócios (*business plan*) que até então, era pouco explorado pelos empresários (Oliveira, 2012).

Existem também programas e ações voltadas à capacitação do empreendedor, como por exemplo, o programa Brasil Empreendedor, do governo federal com o objetivo inicial de estimular o desenvolvimento das MPE (Micro e Pequenas Empresas) e promover a manutenção e geração de postos de empregos e, também, elevar o nível capacitação empresarial. Os agentes federais responsáveis pela operação do Programa Brasil Empreendedor foram: Banco do Brasil, Banco do Nordeste, Banco da Amazônia e Caixa Econômica Federal (Dornelas, 2001).

Apesar de todo esse suporte e incentivo, ainda faltam políticas permanentes voltadas à consolidação do empreendedorismo no Brasil, como alternativa à falta de emprego, no intuito de respaldar todo movimento advindo da iniciativa privada e de entidades não-governamentais, que estão fazendo a sua parte (Cruz, 2005).

Longenecker, Moore e Petty (2004) veem os empreendedores como os grandes ícones da vida corporativa atual, verdadeiros heróis populares. Seu impacto é vasto, pois são responsáveis por gerar empregos, impulsionar a inovação e acelerar o desenvolvimento econômico. Dentro das empresas, a mentalidade empreendedora é indispensável. Ela é a chave para satisfazer a constante demanda por criatividade, eficiência no trabalho e a busca por novas oportunidades. Ao promoverem uma nova atitude profissional, os empreendedores transformam as organizações em centros de criação espontânea, capazes de entregar soluções que são rápidas, contínuas e eficazes.

¹ SOFTEX – Organização sem fins lucrativos criada em 1996, com apoio do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações (MCTI), voltada à promoção da competitividade e internacionalização da indústria brasileira de software e serviços de tecnologia.

Em um contexto mais amplo, o SEBRAE (2007, p. 2) ratifica essa importância, afirmando que os empreendedores são peças fundamentais para a movimentação de capital, para a valorização de recursos naturais, para a produção de bens e para a gestão dos mecanismos de comércio.

A mesma concepção assume contornos bastante mais positivos na visão de Dornelas (2008), segundo o qual

Os empreendedores são independentes e constroem o próprio destino. [...]querem ser independentes, em vez de empregados; querem criar algo novo e determinar os próprios passos, abrir os próprios caminhos, ser o próprio patrão e gerar empregos. [...]utilizam seu capital intelectual para criar valor para a sociedade, com a geração de empregos, dinamizando a economia e inovando, sempre sua criatividade em busca de soluções para melhorar a vida das pessoas (Dornelas, 2008, p. 24).

Para o autor, este é um acontecimento tão representativo do sistema capitalista atual que justificaria chamá-lo de "o período do empreendedorismo", visto que "são os empreendedores que estão derrubando obstáculos comerciais e culturais, diminuindo distâncias, tornando o mundo global e atualizando as concepções econômicas, originando novos vínculos de trabalho e novas vagas, rompendo padrões e produzindo prosperidade para a coletividade" (Dornelas, 2008, p. 7).

Segundo este autor, o foco recente das políticas de inovação pelo lado da demanda decorre da constatação de que as políticas de inovação pelo lado da oferta não têm sido suficientes para promover o processo de inovação. Além disso, as pressões atuais sobre os orçamentos fiscais ampliam ainda mais o interesse nesse tipo de política, tendo em vista a possibilidade de aumentar a produtividade do gasto público (Macedo, 2017, p. 49).

Já Dolabela (2012) afirma que o empreendedor é um produto do meio em que vive, podendo ser caracterizado como um ser social. Caso um indivíduo viva em um ambiente onde o empreendedorismo é tido como algo positivo, este tem mais propensão a criar um negócio. Com isso, entende-se que o perfil do empreendedor pode variar de um lugar para o outro.

Ainda seguindo nessa linha, Freire, Maruyama e Polli (2017) afirmam que o Brasil avançou em termos de ações de apoio ao empreendedorismo, que ajudam a dinamizar o ecossistema de empreendedorismo nacional. Tais ações, entretanto, não se mostram suficientes para impulsionar esse desenvolvimento econômico de forma consistente. Este apoio, para os mesmos autores, ainda é muito pulverizado, sem foco e sem continuidade.

O estudo de CEAPG² e CENN³ (2012) demonstram que certas questões são fundamentais para o desenvolvimento de políticas públicas voltadas ao empreendedorismo. Entre as definições consideradas centrais pelos autores, estão: se o governo deve fomentar o empreendedorismo; a forma como a figura do empreendedor é definida; a separação entre empreendedores de alto crescimento e os de estilo de vida; e o alinhamento das políticas de empreendedorismo com o apoio às micro e pequenas empresas.

A ideia de empreendedor evolui conforme os teóricos em destaque, e o aprimoramento do comportamento empreendedor segue a mesma lógica, sendo marcado por tendências variáveis. Especialistas têm realçado que programas de treinamento e atividades extracurriculares são essenciais para construir habilidades de liderança e empreendedorismo na juventude, com alto potencial de sucesso na fase adulta; Dolabela, 1999; Dornabelas, 2001; esse tipo de intervenção formativa, que inclui cursos e orientação para jovens e adultos, só produzirá resultados sustentáveis se as políticas governamentais que a apoiam tiverem continuidade.

Desse modo, diversos autores vêm produzindo pesquisas sobre empreendedorismo em variadas condições geográficas, incluindo países com alto desenvolvimento, nações emergentes e as mais carentes.

No capítulo seguinte, se aborda a realidade dos empreendedores da cidade de Ereré-CE, onde os mesmos não têm apoio financeiro de programas e nem de incentivos aos jovens empreendedores. Tendo como concorrente principal no setor de comércio em geral a cidade de pau dos ferros onde boa parte da população se desloca em busca de produtos com preços mais acessíveis.

² CEAPG – Centro de Estudos em Administração Pública e Governo, vinculado à Fundação Getúlio Vargas (FGV EAESP), criado em 1989, com foco em pesquisas e projetos sobre gestão pública, políticas governamentais e desenvolvimento institucional.

³ CENN – Não há registro amplamente reconhecido dessa sigla em fontes oficiais. É possível que se trate de uma sigla semelhante, como CNEN (Comissão Nacional de Energia Nuclear), órgão federal responsável por regular e fiscalizar as atividades nucleares no Brasil.

4 O EMPREENDEDORISMO EM ERERE-CE

Este capítulo apresenta a análise e a interpretação dos dados obtidos por meio da pesquisa de campo, realizada com os empreendedores participantes do estudo. A partir das informações coletadas nas entrevistas e questionários aplicados, foi possível compreender aspectos relevantes sobre o perfil socioeconômico dos respondentes, suas condições de trabalho, renda e percepções quanto ao empreendimento.

4.1 Procedimentos metodológicos do trabalho de campo

A pesquisa foi desenvolvida utilizando uma abordagem quali-quantitativa, combinando levantamento estatístico e análise interpretativa das percepções dos empreendedores locais. O estudo ocorreu no município de Ereré-CE, localizado no semiárido nordestino e caracterizado por uma economia predominantemente composta por pequenos comércios e atividades de subsistência. Esse contexto foi fundamental para a definição do objeto de investigação, considerando que o município apresenta oferta limitada de empregos formais, o que influencia diretamente o perfil e as motivações dos empreendedores.

A seleção dos participantes ocorreu de forma intencional e não probabilística, priorizando empreendedores atuantes na zona urbana do município. Buscou-se contemplar diferentes tipos de pequenos negócios presentes no comércio local, incluindo os setores de: alimentação, vestuário, variedades e pequenos serviços.

No total, 10 empreendedores participaram voluntariamente da pesquisa, número considerado suficiente para representar o cenário do município, dada a dimensão da economia local e o porte reduzido dos estabelecimentos.

A coleta de dados foi realizada presencialmente, entre os dias 14 e 15 de outubro de 2025, utilizando um formulário semiestruturado composto por 30 questões, entre fechadas (para levantar dados socioeconômicos e indicadores de renda) e abertas (para captar percepções, dificuldades, estratégias e vivências no processo de empreender). Todos os participantes foram informados sobre os objetivos da pesquisa e concordaram em responder ao questionário.

As entrevistas ocorreram nos próprios estabelecimentos, em horários de menor movimento, garantindo que os participantes pudessem responder às perguntas com tranquilidade. Os respondentes permaneceram anônimos, sendo identificados apenas por códigos, conforme previsto no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

O instrumento aplicado abordou elementos essenciais para a análise do empreendedorismo local, incluindo: perfil socioeconômico, trajetória profissional, renda e estrutura do negócio, estratégias de gestão, percepção sobre apoio institucional, desafios cotidianos, aprendizagem, inovação e expectativas futuras.

Esse conjunto de variáveis permitiu investigar se o empreendedorismo no município se configura como alternativa de sobrevivência ou como possibilidade de acumulação e investimento. Os dados quantitativos foram organizados em gráficos e tabelas, com o objetivo de identificar padrões do perfil dos entrevistados e características dos empreendimentos. Já os dados qualitativos foram analisados a partir de sua recorrência e significado, buscando compreender como os empreendedores descrevem suas experiências, motivações e dificuldades.

A combinação dessas duas dimensões analíticas possibilitou construir um panorama mais aprofundado do empreendedorismo local, considerando tanto os indicadores objetivos de renda e estrutura do negócio quanto as percepções subjetivas dos participantes.

A pesquisa seguiu os princípios éticos aplicáveis a estudos com seres humanos. Todos os participantes receberam explicações sobre a finalidade da investigação, seus direitos e a garantia de confidencialidade das informações. A participação foi voluntária, sem qualquer forma de identificação direta dos empreendedores, conforme registrado no TCLE.

O processo de coleta de dados foi conduzido por meio de entrevistas semiestruturadas, abrangendo estabelecimentos comerciais dos setores alimentícios, vestuário e variedades no município de Ereré-CE. A aplicação foi realizada presencialmente, levando dois dias, sendo utilizando um instrumento de pesquisa estruturado em forma de formulário, contendo um total inicial de 30 questões previamente definidas para a obtenção de informações relevantes ao estudo.

Os resultados são apresentados por meio de gráficos e tabelas, que ilustram de forma clara os principais achados da pesquisa. Em seguida, cada gráfico é analisado individualmente, sendo acompanhado de uma discussão fundamentada na literatura científica,

de modo a relacionar os dados empíricos com as teorias e autores que tratam do empreendedorismo, da renda e das condições sociais dos trabalhadores.

4.2 Características gerais do Ereré-CE

De acordo com a prefeitura de Ereré (2025), o topônimo local vem do tupi e significa canoa-marreca, uma ave da família dos anatídeos comum no nordeste brasileiro. Sua denominação original era Saco de Orelha, depois Ipiranga e desde 1944.

De acordo com a divisão do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2017) vigente desde 2017, Ereré pertence à região geográfica intermediária de Quixadá e à região imediata de Russas-Limoeiro do Norte. Até então, com a vigência das divisões em microrregiões e mesorregiões, o município fazia parte da microrregião da Serra do Pereiro, que por sua vez estava incluída na mesorregião do Jaguaribe.

Em 2016, o Produto Interno Bruto (PIB) do município de Ereré era de R\$ 51 308,54 mil reais, dos quais R\$ 26 406,01 mil provenientes dos setores de administração, saúde e educação e seguridade social; R\$ 11 123,77 mil do setor terciário; R\$ 1 600,64 mil de impostos; R\$ 10 594,19 mil do setor primário e R\$ 1 583,93 mil do setor secundário. O PIB per capita é de R\$ 7 192,11 (IBGE, 2016).

A economia local é baseada na agricultura de subsistência: algodão arbóreo e herbáceo, mandioca, milho, feijão, cana-de-açúcar, castanha de caju e frutas diversas. Na pecuária: bovinos, ovinos, caprinos suínos e avícola. Outra forma de recursos econômicos é o extrativismo vegetal para a fabricação de carvão vegetal, extração de madeiras diversas para lenha e construção de cercas, além de atividades com oiticica e carnaúba. O artesanato de redes e bordados rende algo para as famílias do município. Na área de mineração, existe a extração de areia e argila (utilizada na fabricação de telhas e tijolos). A atividade pesqueira é artesanal e praticada em açudes. O turismo também é uma das fontes de renda (Ceará, 2016).

Em 2010, considerando-se a população municipal com idade igual ou superior a dezoito anos, 53,6% eram economicamente ativas ocupadas, 38,7% inativas e 7,7% ativas desocupadas. Ainda no mesmo ano, levando-se em conta a população ativa ocupada na mesma faixa etária, 52,27% trabalhavam na agropecuária, 32,92% no setor de serviços, 5,27%

no comércio, 2,92% em indústrias de transformação, 2,1% na construção civil e 0,98% na utilidade pública (IBGE,2010).

4.3 Resultados da Pesquisa de Campo

4.3.1 Análise do perfil dos entrevistados e as condições socioeconômicas

Para Chiavenato (2007), o perfil do empreendedor brasileiro vem se modificando ao longo dos anos, com o aumento expressivo da participação das mulheres no comando de negócios e iniciativas inovadoras. Nesse sentido, os dados obtidos refletem não apenas uma tendência nacional, mas também a consolidação do protagonismo feminino no mundo do trabalho e na geração de renda.

Quadro 1: PERCENTUAL DADOS PESSOAIS

Variável	Categoria	Percentual (%)
Gênero	Feminino	80%
	Masculino	20%
Idade	30-35	30%
	36-40	20%
	46-50	20%
	26-29	10%
	22-25	10%
	50	10%
Estado Civil	Solteiro (a)	50%
	União estável	30%
	Casado	20%

Fonte: Pesquisa de Campo (out./ 2025)

De acordo com o quadro 1, observa-se os dados pessoais em que mostra a maioria dos empreendedores (as) participantes da pesquisa é do gênero feminino, representando 80%, enquanto o masculino corresponde a 20%. Esse resultado indica a forte predominância feminina a qual pode, alternativamente, refletir a ausência de melhores opções de emprego formal. Empreendedorismo, neste contexto, pode ser uma necessidade por flexibilidade de horário ou menor barreiras de entrada e não uma busca por autonomia idealizada, especialmente em segmentos de baixo capital. Conforme o Sebrae (2022), Grande parte das mulheres empreende por necessidade, seja para complementar a renda familiar ou pela dificuldade de acesso ao emprego formal.

Pode ser ver que a maioria dos empreendedores se encontra na faixa etária de 30 a 35 anos representando uma faixa de 30% do total, onde é comum entre adultos jovens e de meia-idade, o que pode estar relacionado à experiência profissional, maior estabilidade financeira e busca por autonomia. A concentração nessa faixa etária não é uma coincidência, mas uma realidade estrutural. É o período em que as responsabilidades financeiras aumentam (família, moradia) e, para muitos, a progressão na carreira formal estagna ou não atende às necessidades, forçando a busca por renda complementar ou alternativa através do empreendedorismo. Pode-se argumentar que é o período de maior pressão por resultados. Em seguida, aparecem os grupos de 36 a 40 anos e 46 a 50 anos, ambos com 20% cada. Já as faixas de 22 a 25; 26 a 29 anos e acima de 50 anos correspondem a 10% cada.

Segundo Dornelas (2014, p.28), Grande parte dos empreendedores brasileiros não inicia um negócio por vocação, mas por necessidade. O empreendedorismo surge como alternativa diante da falta de emprego, da renda insuficiente ou da necessidade de sustento da família. Já de acordo com o SEBRAE (2019), observa-se também o crescimento de jovens empreendedores, impulsionados pelas tecnologias digitais e pelas novas formas de trabalho.

Assim, os dados evidenciam que o empreendedorismo local é composto majoritariamente por pessoas em plena fase produtiva, mas também apresenta participação relevante de jovens e adultos mais experientes, refletindo a diversidade etária do cenário empreendedor atual.

Logo em seguida podemos, observa que a maioria dos empreendedores (as) é solteiro (a), representando 50% dos participantes da pesquisa. Em seguida, aparecem os que vivem em união estável, com 30%, e os casados, com 20%. Esse recorte não indica uma relação direta entre estado civil e empreendedorismo, mas pode refletir que pessoas sem apoio financeiro compartilhado tendem a buscar atividades complementares de renda com maior frequência.

De forma geral, o conjunto dos dados evidencia que o empreendedorismo observado não deve ser interpretado como uma iniciativa idealizada ou motivada exclusivamente por autonomia e realização pessoal. Pelo contrário, os percentuais sugerem que muitos participantes encontram no empreendedorismo uma estratégia para enfrentar limitações estruturais, instabilidade no emprego formal e demandas financeiras crescentes.

Quadro 2: PERCENTUAL DOS DADOS SOCIOECONÔMICOS

Variável	Categoria	Percentual (%)
Escolaridade	Médio completo	40%
	Superior completo	30%
	Pós-graduação	10%
	Superior incompleto	10%
	Médio incompleto	10%
Pessoas na residência	3 a 4	60%
	1 a 2	40%
Tipo de moradia	Própria	80%
	Alugada	20%

Fonte: Pesquisa de Campo (out./ 2025)

De acordo com a tabela 2; pode verifica-se que a maior parte dos empreendedores (as) possui ensino médio completo, representando 40% do total. Em seguida, destacam-se os empreendedores com ensino superior completo (30%), enquanto médio incompleto, superior incompleto e pós-graduação aparecem com 10% cada.

Esses dados indicam que o empreendedorismo está presente entre pessoas com diferentes níveis de escolaridade, embora haja predomínio de indivíduos com formação média ou superior. Isso demonstra que o ato de empreender não depende exclusivamente da formação acadêmica, mas também da iniciativa, criatividade e capacidade de identificar oportunidades.

De acordo com Chiavenato (2007), o empreendedor é movido por sua capacidade de inovação e liderança, características que podem ser desenvolvidas independentemente do

nível de escolaridade formal. Dornelas (2012) complementa que o sucesso empreendedor está mais ligado à visão estratégica e disposição para assumir riscos do que apenas ao conhecimento técnico adquirido em instituições de ensino. Já o SEBRAE (2019) aponta que o aumento da escolaridade entre os empreendedores reflete um cenário de maior profissionalização dos negócios, com busca por qualificação e gestão eficiente. Dessa forma, os resultados do gráfico 3 demonstram que o empreendedorismo local é composto majoritariamente por pessoas com ensino médio e superior, revelando tanto a acessibilidade da atividade empreendedora quanto o avanço da qualificação educacional entre aqueles que escolhem abrir seus próprios negócios.

Logo em seguida pode-se observar que a maioria dos empreendedores (as) residem em casas com, respectivamente, uma a duas pessoas, representando 40% dos participantes da pesquisa. Em seguida, aparecem os que vivem com 3 a 4 pessoas representando 60%.

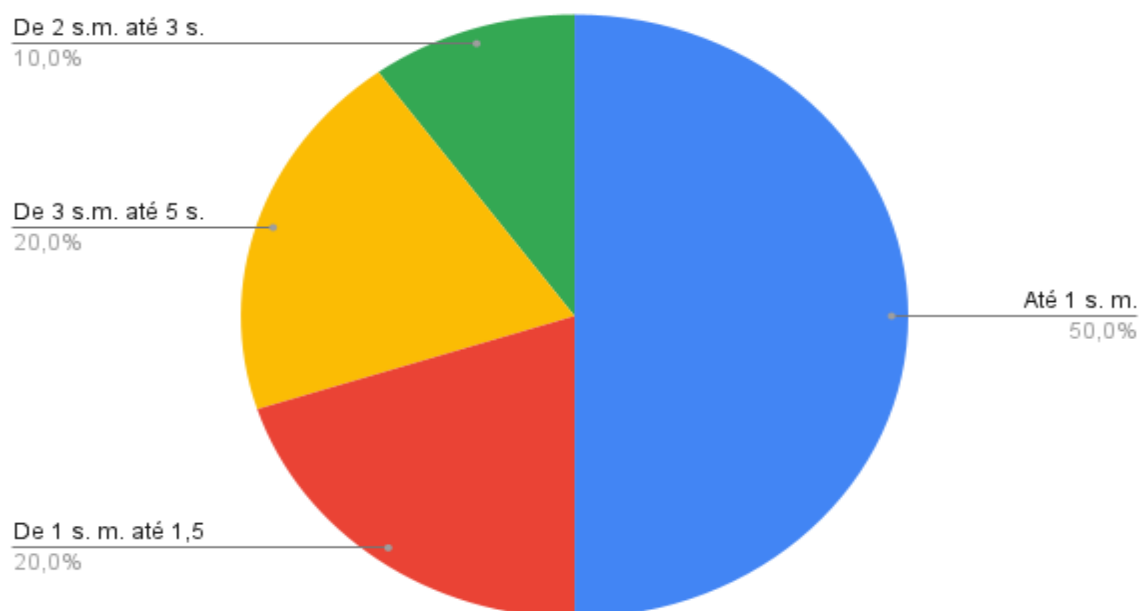
O resultado indica que as famílias da amostra são predominantemente de tamanho médio, o que reflete um padrão comum em diversas regiões brasileiras. Esse tipo de composição familiar sugere uma estrutura doméstica equilibrada, em que há uma convivência de pais e filhos, mantendo a coesão social e os laços familiares. Segundo Oliveira (2019, p.56), “a família é uma das principais instituições sociais, responsável pela formação dos indivíduos e pela reprodução de valores e práticas culturais”. Dessa forma, compreender o número de pessoas por residência auxilia na interpretação das condições sociais, econômicas e de moradia da população estudada.

Quanto ao tipo de moradia, 80% dos respondentes afirmaram morar em casa própria. Embora isso possa parecer um indicador positivo à primeira vista, na prática pode refletir fatores como herança familiar, o que não necessariamente representa estabilidade econômica. A posse da casa própria pode, inclusive, funcionar como uma condição mínima que torna possível arriscar-se em atividades empreendedoras de baixa previsibilidade, já que elimina o custo do aluguel, mas não transforma automaticamente o empreendedor em alguém financeiramente confortável.

De forma geral, os dados revelam um cenário em que o empreendedorismo aparece menos como escolha idealizada e mais como resposta às limitações de renda, escolaridade e condições socioeconômicas, reforçando que a realidade desses trabalhadores é atravessada por necessidades.

O Gráfico 1 apresenta a distribuição do pró-labore dos empreendedores, isto é, o valor mensal que cada entrevistado retira da empresa em função do trabalho desempenhado. Verifica-se que 50% dos participantes recebem até 1 salário mínimo, constituindo a faixa de maior incidência. Observa-se ainda que 20% dos empreendedores retiram entre 1 e 1,5 salários mínimos, enquanto outros 20% situam-se na faixa de 3 a 5 salários mínimos. Já os valores superiores a 3 salários mínimos apresentam baixa representatividade (10%) entre os entrevistados. Esses dados evidenciam que a maior parte dos empreendedores possui pró-labores reduzidos, com concentração nas faixas salariais mais baixas.

Gráfico 1: Faixa de Pró-labore do Empreendedor (a)



Fonte: Pesquisa de Campo (out./ 2025)

Esses dados evidenciam que a maioria dos empreendedores locais possui uma retirada modesta, o que pode indicar negócios de pequeno porte e margens de lucro reduzidas. Essa realidade é comum em empreendimentos familiares e em atividades informais, onde muitas vezes o lucro é reinvestido no próprio negócio.

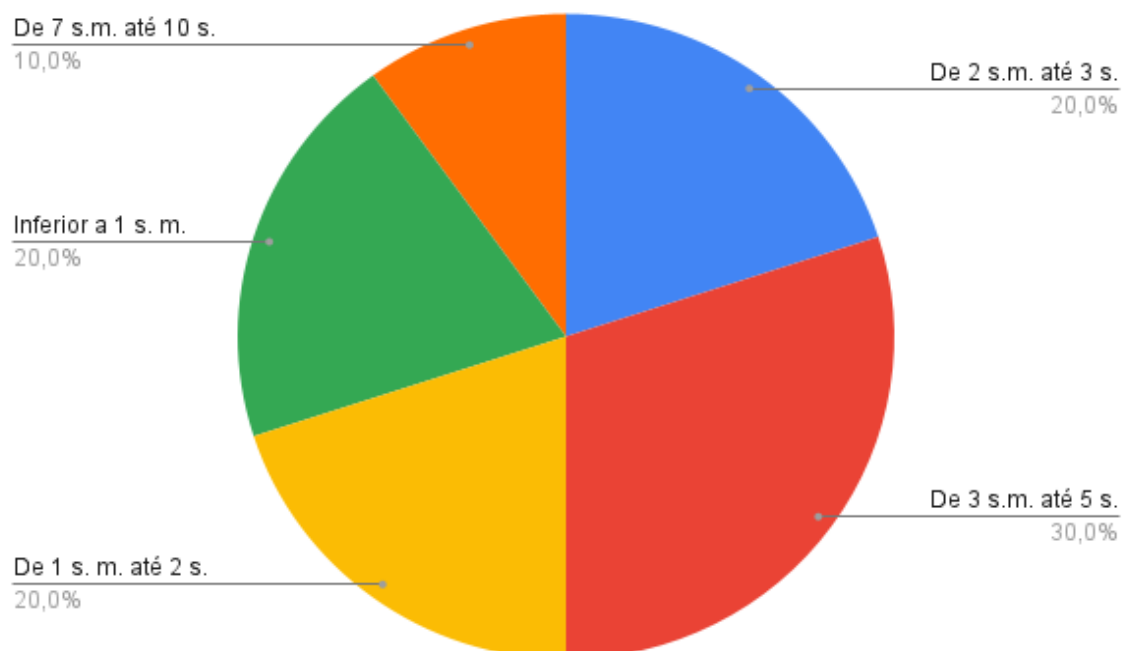
De acordo com Chiavenato (2007), o empreendedor é aquele que assume riscos e utiliza recursos limitados para transformar oportunidades em resultados. Assim, mesmo com uma remuneração modesta, o papel do empreendedor é fundamental para o desenvolvimento econômico local, especialmente em contextos de baixa geração de emprego formal. Corroborando essa ideia, Dornelas (2018) afirma que o empreendedorismo brasileiro, em grande parte, é de necessidade, surgindo como alternativa diante das dificuldades econômicas

e do desemprego. Isso reforça o perfil dos entrevistados, que provavelmente empreendem como meio de sustento familiar, e não apenas como escolha estratégica de investimento.

Esses dados apontam para uma predominância de empreendedores de pequeno porte, que enfrentam limitações financeiras e operam com margens de lucro reduzidas. Conforme Dornelas (2018, p. 25-27), “o empreendedorismo de necessidade surge como alternativa de sobrevivência econômica, especialmente em contextos de vulnerabilidade social”. Além disso, segundo Chiavenato (2007, p. 10-11), “o verdadeiro empreendedor é aquele que, mesmo com poucos recursos, transforma ideias em oportunidades”.

O Gráfico 3 apresenta a faixa de renda mensal das famílias dos empreendedores locais, considerando todos os rendimentos da residência. Observa-se que a maior concentração de participantes está nas faixas de 2 a 3 salários mínimos e 3 a 5 salários mínimos, seguidas das faixas de 1 a 2 salários mínimos e até 1 salário mínimo. Já as faixas superiores, de 5 a 7 salários mínimos e de 7 a 10 salários mínimos, apresentam menor representatividade entre os respondentes.

Gráfico 2: Faixa de Renda mensal da família (todos os rendimentos da residência):



Fonte: Pesquisa de Campo (out./ 2025)

Essa distribuição revela que a maior parte dos empreendedores locais possui rendas familiares situadas entre as classes de baixa e média renda, o que reflete a realidade socioeconômica de grande parte dos pequenos empreendedores brasileiros. De acordo com o

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2023), a renda média domiciliar no Brasil ainda se concentra nas faixas inferiores a cinco salários mínimos, o que indica que o empreendedorismo, em muitos casos, surge mais como estratégia de sobrevivência do que como opção planejada de investimento.

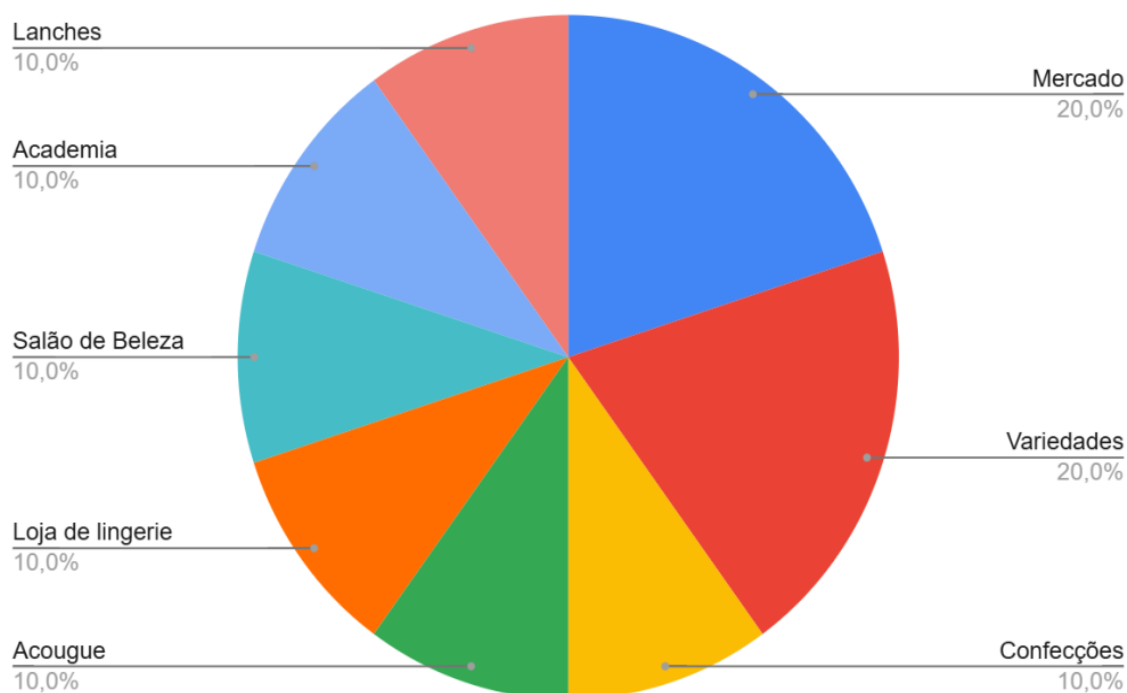
Segundo Pochmann (2019), o empreendedorismo popular está fortemente associado à informalidade e à busca por alternativas de renda diante da escassez de empregos formais. Essa perspectiva também é destacada por Sposati (2015), que relaciona as condições de renda familiar ao acesso desigual a oportunidades econômicas e educacionais, reforçando as barreiras estruturais que limitam o crescimento dos pequenos negócios. Além disso, Souza (2018) aponta que a persistente concentração de renda e desigualdade social no Brasil impacta diretamente o desenvolvimento local, uma vez que reduz o poder de consumo e a capacidade de investimento de micro e pequenos empreendedores. O Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA, 2022) complementa essa análise, afirmando que políticas públicas voltadas ao fortalecimento da renda e à formalização do trabalho são essenciais para ampliar a sustentabilidade econômica de empreendimentos locais.

Dessa forma, o gráfico 2 evidencia que, embora exista uma presença significativa de empreendedores locais, a maioria ainda se encontra em faixas de renda modestas, refletindo o desafio de consolidação e crescimento econômico desse grupo. Essa constatação reforça a importância de apoio institucional, capacitação e crédito acessível para promover maior estabilidade e prosperidade entre os pequenos empreendedores.

4.3.2 Informação geral sobre a atividade empreendedora

O Gráfico 3 apresenta os ramos de atuação dos empreendedores locais entrevistados. Observa-se uma diversificação significativa das atividades econômicas, com destaque para os setores de mercado e variedades, que representam 20% cada um dos respondentes. Em seguida, aparecem os segmentos de lanches, academia, salão de beleza, loja de lingerie, açougue e confecções, cada um com 10% de participação.

Gráfico 3: Ramo de atuação do Empreendedor

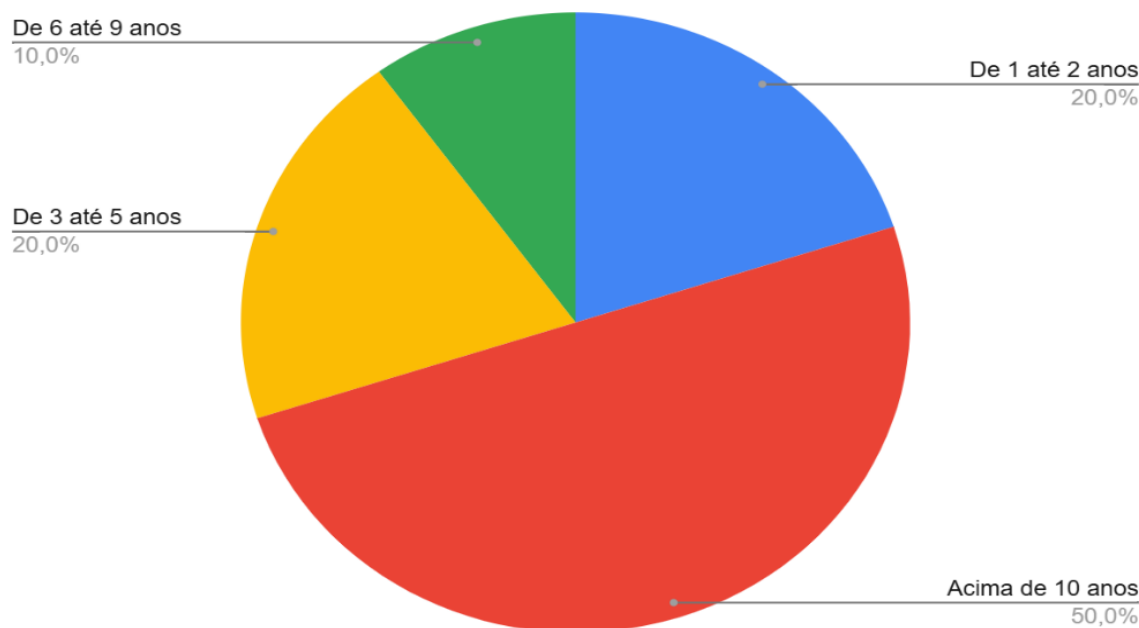


Fonte: Pesquisa de Campo (out./ 2025)

Essa distribuição demonstra que os empreendedores locais atuam em setores variados e de pequeno porte, com forte presença em atividades de comércio e serviços, o que é característico do empreendedorismo urbano de subsistência (SEBRAE, 2024). De acordo com o IBGE (2023), a maior parte dos pequenos negócios brasileiros concentra-se em setores ligados ao varejo e prestação de serviços, que exigem baixo investimento inicial e estão mais próximos das necessidades imediatas da comunidade.

Conforme Dornelas (2020), o empreendedorismo local é fundamental para o desenvolvimento econômico e social, pois promove geração de emprego e circulação de renda na própria comunidade. Além disso, Chiavenato (2021) destaca que o sucesso de pequenos empreendimentos depende fortemente da inovação, adaptação ao mercado e da capacidade de gestão do empreendedor, fatores que nem sempre estão plenamente desenvolvidos em contextos locais.

Portanto, o gráfico 4 evidencia um perfil empreendedor diversificado, mas predominantemente inserido em setores de baixa complexidade e alta concorrência, o que demanda políticas públicas de apoio e capacitação voltadas ao fortalecimento desses negócios e à formalização de suas atividades.

Gráfico 4: Tempo de atuação no negocio

Fonte: Pesquisa de Campo (out./ 2025)

O Gráfico 4 apresenta o tempo de atuação dos empreendedores locais. A maioria dos participantes, 50%, atua há mais de 10 anos, demonstrando uma presença consolidada no mercado. Em seguida, 20% atuam de 1 a 2 anos, 20% entre 3 e 6 anos, e 10% de 6 a 9 anos.

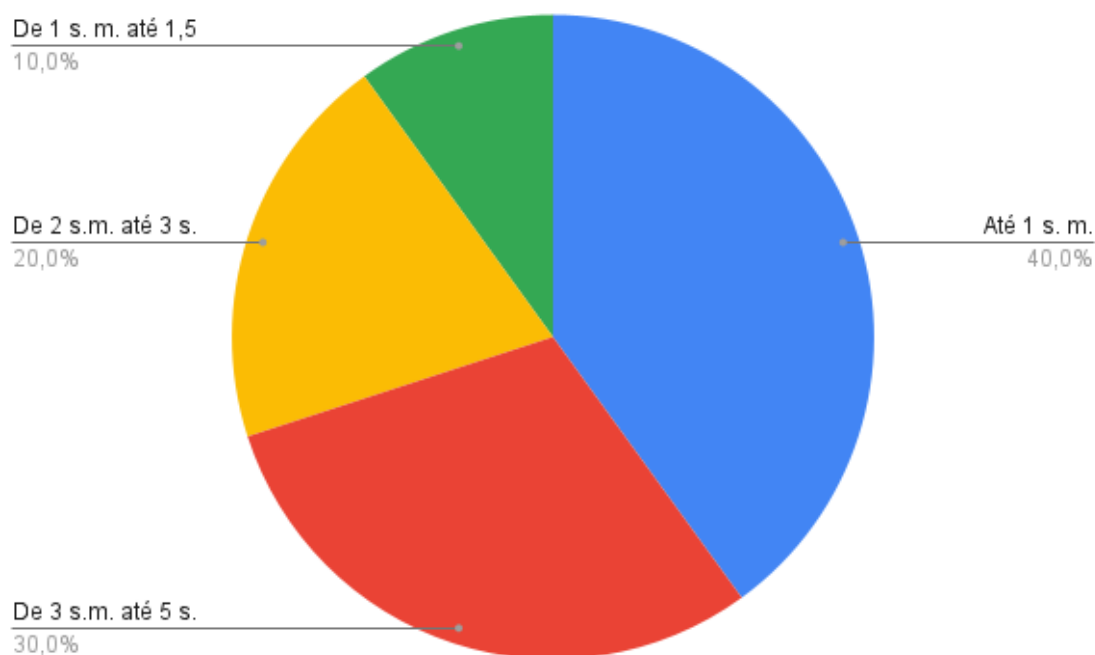
Esses resultados indicam que há uma combinação entre empreendedores experientes e novos empreendedores, o que revela tanto a permanência de negócios consolidados quanto a entrada de novos agentes econômicos no cenário local.

De acordo com Hisrich, Peters e Shepherd (2018), a longevidade empresarial é um indicador de maturidade e adaptação ao ambiente de negócios, enquanto a presença de novos empreendedores reflete a dinamicidade e renovação do mercado local. Por outro lado, a taxa de sobrevivência das micro e pequenas empresas no Brasil ainda é um desafio. O SEBRAE (2024) aponta que cerca de 30% das empresas encerram suas atividades antes de completar dois anos, principalmente por falta de planejamento financeiro, ausência de capacitação gerencial e dificuldades de acesso a crédito. Assim, o fato de metade dos empreendedores pesquisados atuar há mais de uma década pode ser interpretado como sinal de resiliência e consolidação local, reforçando a importância da experiência e da adaptação contínua no contexto empreendedor.

Segundo Dolabela (2008), o empreendedorismo é um processo que envolve aprendizado constante, em que a prática e o tempo são fatores determinantes para o sucesso e sustentabilidade do negócio. Logo, o gráfico demonstra que o tempo de atuação é um diferencial competitivo e contribui diretamente para o fortalecimento da economia local.

O Gráfico 4 apresenta a estimativa de lucro mensal dos empreendedores locais entrevistados.

Gráfico 5: Estimativa de lucro mensal do Empreendimento



Fonte: Pesquisa de Campo (out./ 2025)

Nota-se que a maior parte dos participantes 40% do total declararam um lucro de até um salário mínimo, seguida por 30% com lucros entre 3 e 5 salários mínimos, e 20% respondentes com lucros de 2 a 3 salários mínimos. Já as faixas de 1 a 1,5 salário mínimo e acima de 5 salários mínimos, 10%, apresentamos menores índices de ocorrência.

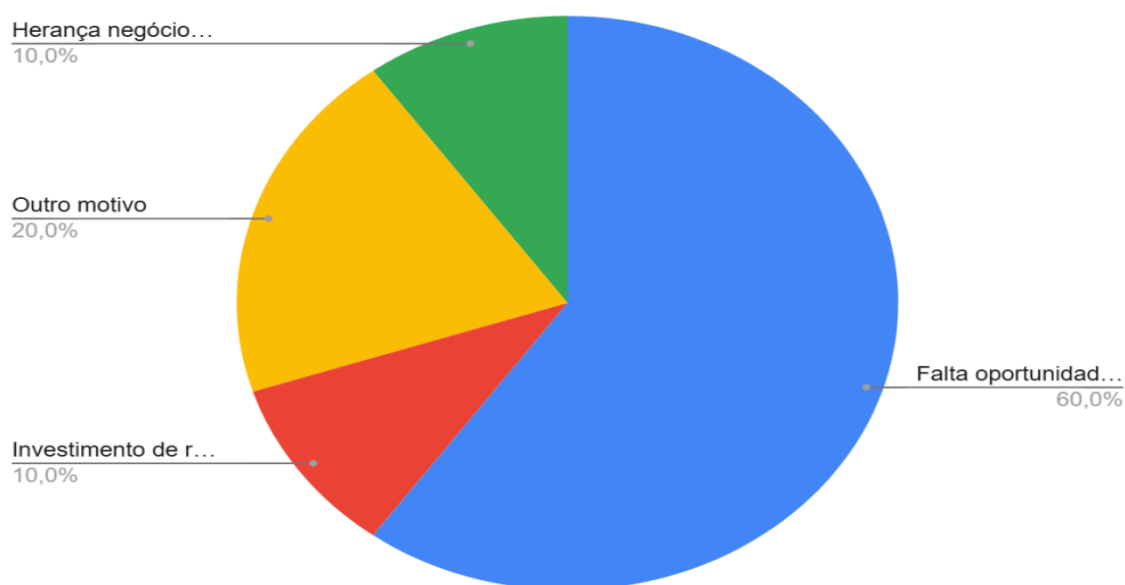
Esses resultados revelam uma realidade de baixa lucratividade média, indicando que muitos dos negócios locais operam com margens reduzidas, característica comum entre microempreendedores individuais e pequenos comércios. Segundo o SEBRAE (2023), grande parte dos microempreendedores brasileiros obtém lucros líquidos abaixo de dois salários mínimos, especialmente nos primeiros anos de atividade, devido aos custos fixos elevados e à limitação de capital de giro.

De acordo com Chiavenato (2019), a lucratividade de um empreendimento está diretamente relacionada à gestão eficiente de recursos e planejamento estratégico, fatores que muitas vezes são negligenciados por empreendedores que iniciam suas atividades. Já Timmons e Spinelli (2016) reforçam que o lucro sustentável é resultado de inovação, diferenciação de mercado e gestão financeira disciplinada. Esse cenário também se relaciona ao conceito de empreendedorismo de necessidade, discutido por *Global Entrepreneurship Monitor*, (GEM, 2022), em que o indivíduo empreende como alternativa ao desemprego, e não como fruto de uma oportunidade de mercado. Assim, os baixos lucros evidenciados no gráfico podem refletir uma realidade em que o empreendedorismo atua como mecanismo de sobrevivência econômica, mais do que como via de acumulação ou expansão de capital.

Portanto, o gráfico 4 demonstra que, embora os empreendedores locais tenham papel relevante no dinamismo econômico da comunidade, ainda enfrentam grandes desafios para atingir níveis satisfatórios de rentabilidade e crescimento, reforçando a importância da educação financeira e do apoio técnico a esse público.

O Gráfico 6 investiga como surgiu o interesse dos participantes pelo empreendedorismo, os resultados indicam que a maior parte (60%) dos entrevistados afirmaram ter iniciado o próprio negócio por falta de oportunidade no mercado de trabalho, seguida de 20% que apontaram outros motivos, 10% que investiram recursos próprios com objetivo de retorno financeiro, e 10% que herdaram o negócio da família

Gráfico 6: Como surgiu o interesse pelo empreendedorismo



Fonte: Pesquisa de Campo (out./ 2025)

Esses dados reforçam a predominância do empreendedorismo por necessidade, fenômeno amplamente identificado no contexto brasileiro. Segundo Dornelas (2021), esse tipo de empreendedorismo ocorre quando o indivíduo decide abrir um negócio para garantir sua subsistência diante da escassez de empregos formais. De modo semelhante, o GEM (2022) mostra que mais de 40% dos empreendedores brasileiros iniciam suas atividades motivados pela falta de oportunidades de emprego, e não pela identificação de uma oportunidade inovadora de mercado.

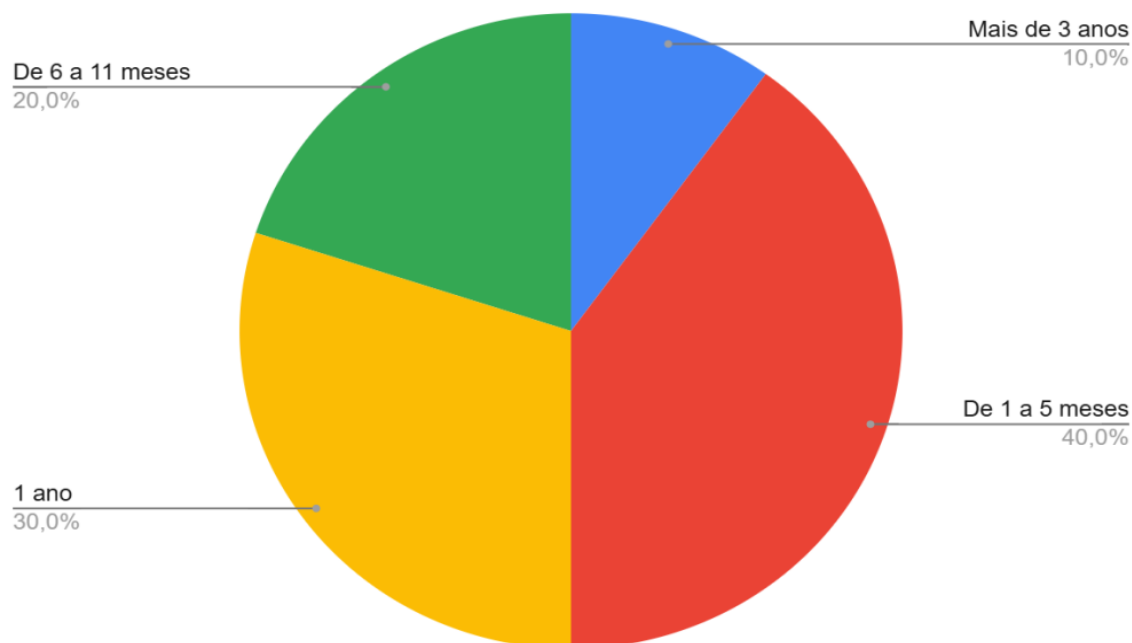
Conforme Filion (2011), o verdadeiro potencial empreendedor se desenvolve quando há visão estratégica e pro atividade, fatores que geralmente estão ausentes em iniciativas movidas apenas pela necessidade. Ainda assim, Hisrich e Ramadani (2017) destacam que o empreendedorismo de necessidade pode se transformar em empreendedorismo de oportunidade quando o empreendedor busca capacitação, melhora a gestão e se adapta às demandas do mercado.

A presença de um pequeno grupo que herdou negócios familiares também é relevante, pois demonstra a continuidade de empreendimentos locais, aspecto que contribui para a manutenção da economia regional e da identidade comunitária, conforme analisa Drucker (2014) em suas reflexões sobre inovação e permanência nos negócios.

Dessa forma, o gráfico 6 evidencia que, embora o empreendedorismo local surja majoritariamente como resposta à falta de emprego, ele desempenha um papel fundamental na geração de renda e na inclusão econômica, mostrando a capacidade de resiliência e adaptação dos empreendedores da região pesquisada.

O Gráfico 7 apresenta o tempo transcorrido entre a formulação da ideia inicial e a abertura efetiva do negócio pelos empreendedores locais. Os resultados revelam que 40% dos entrevistados abriram seu empreendimento entre 1 e 5 meses após conceberem a ideia, 30% em cerca de 1 ano, 20% entre 6 e 11 meses, e apenas 10% demoraram mais de 3 anos para iniciar as atividades.

Gráfico 7: Tempodecorrido entre a ideia inicial e a abertura do negócio



Fonte: Pesquisa de Campo (out./ 2025)

Esses dados indicam que a maioria dos empreendedores locais apresenta um tempo relativamente curto de planejamento e execução, o que pode refletir uma característica típica do empreendedorismo por necessidade, em que a urgência financeira e o desejo de autonomia aceleram o processo de abertura do negócio. Segundo Hisrich, Peters e Shepherd (2018), o período entre a concepção da ideia e o início das operações é decisivo, pois influencia diretamente o nível de planejamento e a probabilidade de sucesso do empreendimento. Quanto mais rápido esse processo ocorre sem um planejamento estruturado, maiores são os riscos operacionais e financeiros.

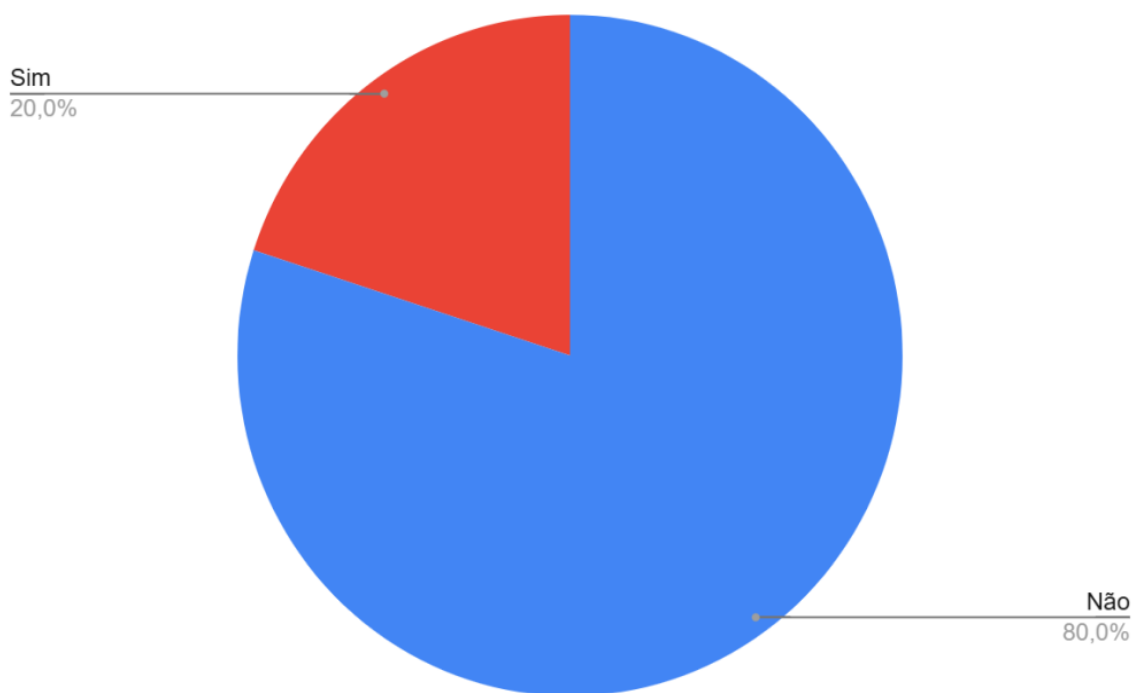
De acordo com Dornelas (2021), um dos principais desafios do empreendedor brasileiro é a ausência de um plano de negócios consistente, já que muitos empreendimentos surgem de forma espontânea e empírica. Isso é confirmado por Fillion (2011), que destaca que a etapa de planejamento e modelagem do negócio é essencial para o posicionamento competitivo e a longevidade da empresa.

Por outro lado, o tempo mais longo observado em parte dos empreendedores (acima de um ano) pode indicar planejamento mais estruturado, busca de recursos financeiros, ou análise de mercado mais detalhada, características de empreendedores de oportunidade (GEM, 2023). Assim, o gráfico 6 demonstrou que os empreendedores locais, em sua maioria,

agem de forma ágil, mas nem sempre baseada em estratégias sólidas, o que evidencia a necessidade de programas de capacitação e orientação empresarial para promover decisões mais assertivas no processo de abertura de negócios.

O Gráfico 8 apresenta a presença ou não de sócios na abertura do negócio. Observa-se que 80% dos empreendedores afirmaram ter iniciado suas atividades sem sócios, enquanto 20% abriram o negócio em parceria com outras pessoas.

Gráfico 8: Teve Sócios na abertura do negócio



Fonte: Pesquisa de Campo (out./ 2025)

Esses resultados evidenciam que a maioria dos empreendedores locais opta por empreender individualmente, o que é compatível com o perfil predominante de microempreendedores individuais (MEIs) no Brasil. Segundo o SEBRAE (2023), mais de 70% dos pequenos negócios são constituídos por empreendedores autônomos, que preferem atuar de forma independente para manter o controle total das decisões e flexibilidade na gestão.

Contudo, Chiavenato (2019) argumenta que a ausência de sócios pode limitar o crescimento e a sustentabilidade do negócio, uma vez que parcerias estratégicas podem ampliar o acesso a recursos financeiros, redes de contatos e competências complementares. Já Timmons e Spinelli (2016) destacam que empreendimento formados por equipes

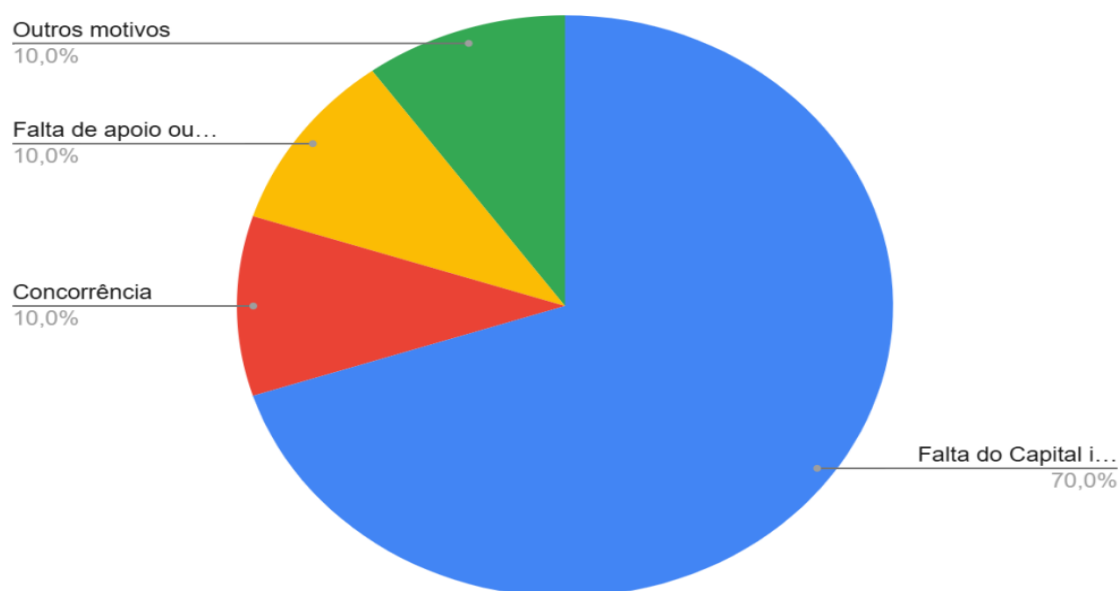
empreendedoras tendem a apresentar maior capacidade de inovação e resiliência diante dos desafios do mercado.

Por outro lado, o empreendedorismo individual também reflete aspectos culturais do contexto brasileiro, em que há uma valorização do autogerenciamento e da autonomia pessoal, conforme discute Dolabela (2008). Essa característica pode ser positiva em estágios iniciais, mas traz limitações à medida que o negócio cresce e exige divisão de responsabilidades e visão estratégica coletiva.

Assim, o gráfico evidencia uma tendência clara de empreendimentos individuais, o que demonstra a iniciativa e independência dos empreendedores locais, mas também reforça a importância de incentivar redes colaborativas e parcerias empresariais que favoreçam o crescimento sustentável no longo prazo.

O Gráfico 9 apresenta os maiores desafios enfrentados pelos empreendedores locais no momento de iniciar suas atividades. Observa-se que a grande maioria (70%) dos entrevistados apontou a falta de capital inicial como o principal obstáculo. Outros fatores citados foram a concorrência (10%), a falta de apoio ou orientação (10%) e outros motivos (10%).

Gráfico 9: Quais os maiores desafios no início do negócio



Fonte: Pesquisa de Campo (out./ 2025)

Esses resultados demonstram que o acesso a recursos financeiros continua sendo a maior barreira para o empreendedorismo local, especialmente entre micro e pequenos empreendedores. De acordo com o SEBRAE (2023), a dificuldade de obter crédito é uma das causas mais recorrentes de mortalidade precoce de empresas no Brasil, uma vez que o capital

inicial é essencial para cobrir despesas operacionais, investir em estoque e garantir fluxo de caixa.

Segundo Dornelas (2021), a falta de capital é frequentemente agravada pela ausência de planejamento financeiro e de gestão orçamentária, o que compromete o desenvolvimento do negócio logo nos primeiros meses. Já Hisrich e Ramadani (2017) ressaltam que, além do capital financeiro, muitos empreendedores carecem de capital intelectual e relacional, isto é, conhecimentos técnicos e redes de contato que são igualmente importantes para a sobrevivência empresarial. A concorrência e a falta de apoio institucional também aparecem como fatores significativos, indicando um ambiente competitivo e, por vezes, desestruturado. Conforme Fillion (2011), o empreendedorismo de pequeno porte no Brasil ainda é marcado por isolamento e informalidade, o que limita o acesso a informações de mercado, capacitação e parcerias estratégicas.

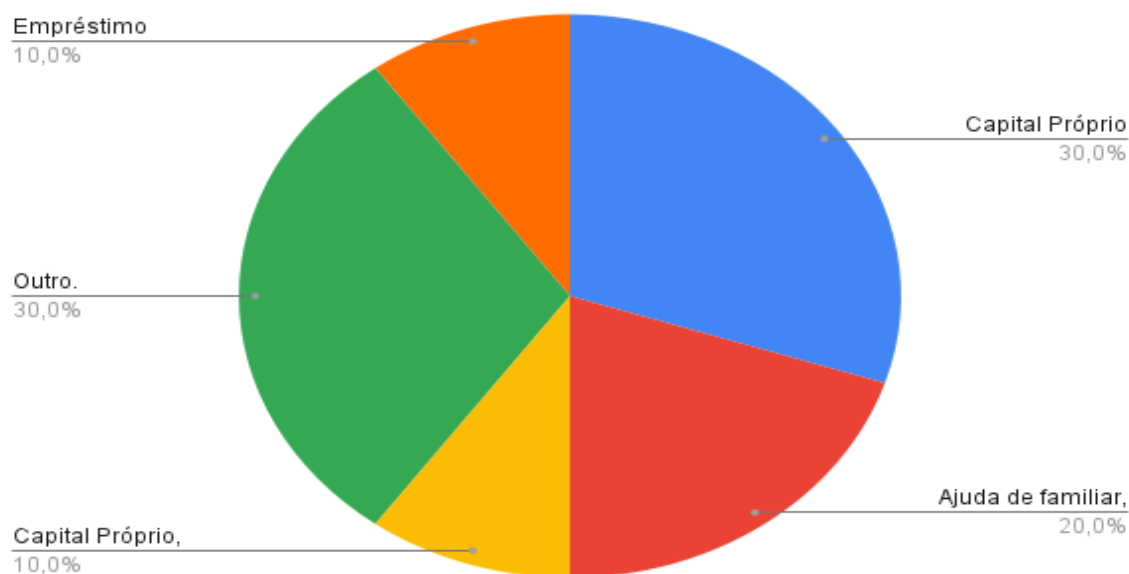
Dessa forma, o gráfico evidencia que o principal desafio enfrentado pelos empreendedores locais é de natureza financeira e estrutural, reforçando a necessidade de políticas públicas e linhas de crédito acessíveis, além de programas de capacitação gerencial que fortaleçam a sustentabilidade desses negócios.

Já o gráfico 10 analisa a origem do capital utilizado para iniciar o negócio. Os resultados indicam que a maior parte dos empreendedores (40%) utilizaram de recursos próprios (capital próprio), representando a principal fonte de financiamento. Em seguida, aparecem as opções de ajuda de familiares, empréstimos bancários e outras fontes em proporções menores, revelando a diversificação de estratégias de financiamento, ainda que o auto investimento predomine.

Esse padrão confirma o que é apontado por pesquisas do IBGE (2023) e do GEM (2023): a maioria dos micros e pequenos empreendedores brasileiros financia seus negócios com recursos pessoais ou familiares, em razão da burocracia e das altas taxas de juros para obtenção de crédito bancário.

De acordo com Timmons e Spinelli (2016), a utilização de capital próprio pode demonstrar comprometimento e confiança do empreendedor em seu projeto, mas também representa alto risco financeiro, pois limita o crescimento e a capacidade de investimento em inovação. Já Chiavenato (2019) defende que a falta de diversificação nas fontes de capital é um dos principais gargalos do pequeno negócio, que se torna vulnerável a crises econômicas e instabilidades de mercado.

Gráfico 10: Qual origem do Capital para início do negócio



Fonte: Pesquisa de Campo (out./ 2025)

O fato de alguns empreendedores recorrerem a ajuda de familiares também é relevante. Segundo Dolabela (2008), o apoio social e emocional exerce papel decisivo nos estágios iniciais do empreendedorismo, servindo como rede de segurança diante da incerteza financeira. No entanto, o baixo percentual de empréstimos bancários evidencia a dificuldade de acesso ao crédito formal, confirmando as observações de SEBRAE (2023) sobre o distanciamento dos microempreendedores das instituições financeiras.

Portanto, o gráfico 10 demonstra que a autofinanciamento ainda é o caminho predominante para iniciar os empreendimentos locais, o que demonstra iniciativa e independência, mas também limita a expansão e sustentabilidade de longo prazo desses negócios.

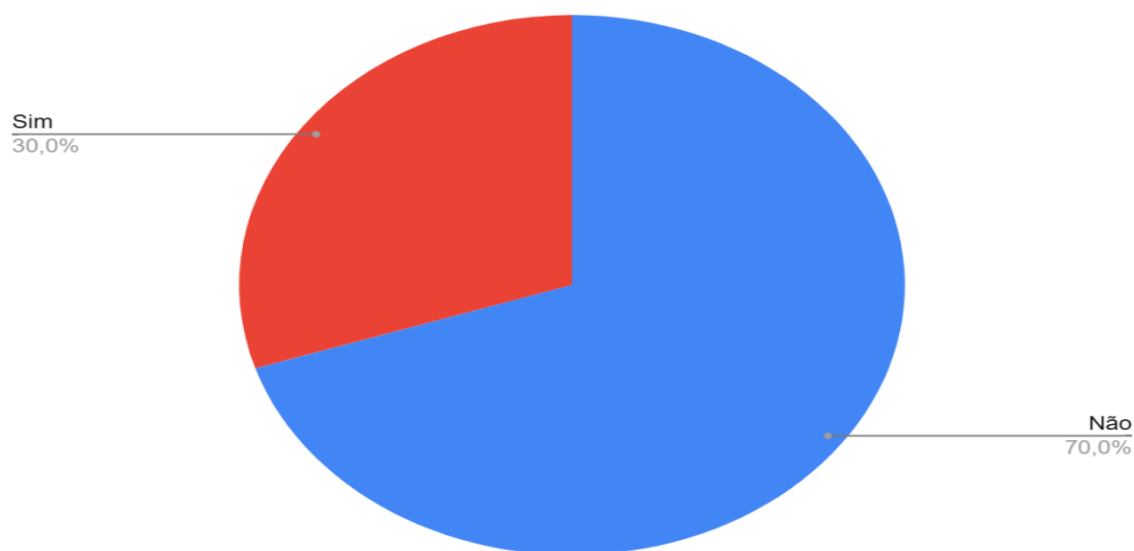
O Gráfico 11 demonstra que 70% dos empreendedores afirmaram não ter realizado nenhum tipo de curso antes de iniciar suas atividades, enquanto apenas 30% buscaram alguma formação ou capacitação prévia. Esse dado revela uma lacuna significativa na preparação técnica e gerencial dos empreendedores locais, o que pode impactar diretamente o desempenho e a sustentabilidade dos negócios no longo prazo.

De acordo com Chiavenato (2019), o conhecimento é um dos principais diferenciais competitivos no ambiente empresarial moderno, pois permite ao empreendedor tomar decisões mais assertivas, planejar estrategicamente e adaptar-se às mudanças do mercado. A ausência de capacitação formal indica que boa parte dos empreendedores atua de forma

empírica, aprendendo pela prática e pela experiência cotidiana, o que, embora valioso, pode aumentar o risco de falhas administrativas e financeiras.

Segundo o SEBRAE (2023), empreendedores que participam de programas de capacitação, consultorias e cursos de gestão têm maior taxa de sobrevivência nos primeiros cinco anos de atividade, justamente por compreenderem aspectos como fluxo de caixa, precificação, marketing e atendimento ao cliente. Da mesma forma, Dornelas (2021) ressalta que a formação empreendedora é um dos pilares da inovação e da competitividade, sendo essencial para transformar ideias em negócios viáveis e sustentáveis.

Gráfico 11: Fez algum tipo de curso antes de começar a empreender?



Fonte: Pesquisa de Campo (out./ 2025)

Portanto, o gráfico 11 evidenciou que a maioria dos empreendedores iniciaram seus negócios sem o suporte de capacitação técnica, o que reforça a importância de políticas públicas e programas de formação empreendedora, especialmente voltados a micro e pequenos negócios locais.

4.3.3 Outras informações da atividade empreendedora

Na pergunta de número 25, os entrevistados foram convidados a responder: que estratégias você usa para atrair e manter clientes?

As respostas demonstraram uma visão diferente, mostrando o diferencial de cada um, seja ele no atendimento excepcional, criando conexões com clientes pensando em consolidar

o cliente, até a visão da divulgação, pois a principal estratégia é o marketing digital. “Ter preço competitivo e trazer sempre novidades para diferentes públicos”(Empreendedor n.4), um método bem atrativo foi como este utiliza todas as ferramentas ao seu alcance para chamar atenção a qual ele faz: “ a realização de sorteios mensais e a oferta de treinos personalizados gratuitos para os alunos da academia. Essas ações ajudam a criar um relacionamento mais próximo com o público e incentivam a permanência dos clientes. ”(Empreendedor n.8)

O que reforça e deixa claro que ambos pensam e buscam em oferecer serviços de grande excelência para poder levar a satisfação ao cliente dentro das suas possibilidades, trazendo produtos de boa qualidade, tendo um bom atendimento e dando experiências únicas de uma boa conversa.

Essas práticas estão em consonância com o que afirma Kotler e Keller (2022), ao destacarem que o marketing de relacionamento é essencial para a construção de vínculos duradouros com os consumidores, uma vez que o cliente fiel tem maior valor de ciclo de vida para a empresa. Já Dornelas (2021) observa que o empreendedor contemporâneo precisa compreender que o sucesso não depende apenas de vender produtos, mas de gerar experiências positivas e conexões emocionais com o público.

O uso do marketing digital também reflete uma tendência atual entre microempreendedores. Conforme Torres (2018), as redes sociais se tornaram ferramentas estratégicas de baixo custo e alto alcance, permitindo divulgar produtos, interagir com o público e fortalecer a imagem da marca. Tais ações se mostram ainda mais relevantes em contextos locais, onde a proximidade e a comunicação direta com o cliente são diferenciais competitivos.

Dessa forma, as respostas da pergunta 25 indicam que, mesmo sem formação prévia formal, muitos empreendedores desenvolvem estratégias criativas e eficazes para atrair e manter seus clientes, utilizando-se da proximidade, inovação e ferramentas digitais como elementos centrais de sua gestão.

Já na pergunta de número 26, questionou-se como eles lidavam com a concorrência?

As respostas foram boas, e com pensamentos diferentes, uns ficam atentos e sempre de olho na concorrência para estar sempre atualizado e se manter competitivo, já outros utilizam dela para poderem extrair o seu melhor podendo oferecer atendimentos mais ricos em boas experiências e focar em trazer produtos de qualidade. De forma geral ao analisar as respostas dá para compreender que eles buscam procura lidar com a concorrência de forma saudável,

focando em oferecer um serviço de qualidade e um bom atendimento aos alunos. Acreditando que cada negócio tem seu diferencial, buscando sempre evoluir, manter a disciplina e entregar o melhor resultado possível, sem se preocupar em competir diretamente, mas sim em ser uma referência pelo trabalho que realiza.

Segundo Porter (1999), a vantagem competitiva é construída quando uma empresa desenvolve estratégias que a diferenciam de seus concorrentes, permitindo agregar valor ao cliente e criar barreiras à imitação. Essa lógica está presente nos relatos dos empreendedores que priorizam qualidade, inovação e bom relacionamento com os clientes, elementos essenciais para sustentar o crescimento em ambientes altamente competitivos. De forma complementar, Prahalad e Hamel (1990) destacam que a competitividade de longo prazo depende da capacidade do negócio em aprender e adaptar-se mais rapidamente que os demais, o que se reflete no comportamento desses empreendedores atentos às mudanças do mercado.

Na pergunta 27, indagou-se sobre quais ferramentas ou tecnologias são fundamentais para o seu negócio? Visando identificar quais as tecnologias atuais são indispensáveis para o dia a dia de cada um, as mídias sociais como Instagram, WhatsApp, rádio, e todos os recursos que a internet possa oferecer, os sistemas de monitoramento de vendas. No entanto há sempre um ramo ao qual é necessário além de divulgações para obter o seu melhor funcionamento, pois é fundamental “o uso da catraca para o monitoramento das mensalidades e do acesso dos alunos à academia. Além disso, é necessário utilizar um aplicativo de treino, que torna o acompanhamento mais prático, rápido e eficiente, facilitando tanto o controle dos treinos quanto a comunicação com os alunos.” (Empreendedor n.8)

Essa tendência confirma o que afirma Castells (2018), ao observar que vivemos em uma sociedade em rede, na qual a tecnologia da informação se torna indispensável para a comunicação, promoção e gestão de qualquer empreendimento. Além disso, o uso de plataformas digitais e aplicativos de acompanhamento tem permitido aos empreendedores agilizar processos e estreitar o relacionamento com clientes, conforme reforça Laudon e Laudon (2020), ao defender que os sistemas de informação são instrumentos-chave para a eficiência organizacional.

Na pergunta 28, indagou-se acerca de inovações ou melhorias que se visava implementar no negócio.

Alguns já estando satisfeitos com suas estruturas, buscam ter capital para conseguir um amplo estoque de produtos e está sempre por dentro das novidades da atualidade. Outros

pretendem ter uma estrutura maior para poder colocar a amostra a sua variedade de produtos e deixar um ambiente mais amplo e aconchegante para receber clientes.

Essa busca por inovação está alinhada à visão de Schumpeter (1982), que define o empreendedor como um agente de mudança, responsável por introduzir novas combinações de recursos e impulsionar o desenvolvimento econômico. Muitos entrevistados demonstraram disposição em melhorar o ambiente e a experiência do cliente, o que, segundo Tidd e Bessant (2015), é essencial para aumentar a competitividade e a sustentabilidade do negócio no longo prazo.

A questão número 29 perguntou se o empreendedor se atualiza sobre o mercado e tendências, identifica as novas oportunidades no mercado.

E foi observado que as novidades de mercado, as novas tendências são sempre ou quase sempre repassadas pelos fornecedores, e vistas em redes sociais. Bom agora a parte de aproveitar as oportunidades, muitos não viam como uma boa chance para crescimento. “Já nesse ramo o diferencial é procurar se manter sempre atualizado frequentando feiras e eventos voltados para o ramo das academias, acompanhando matérias e conteúdos exclusivos sobre o setor e também observando as tendências através das redes sociais, onde é possível identificar novas ideias e oportunidades para o negócio.”

Essa prática reflete o conceito de aprendizagem empreendedora contínua, descrito por Rae (2006), segundo o qual o empreendedorismo é um processo dinâmico de adaptação e aprendizado constante diante das transformações do ambiente econômico e social.

Por fim, na questão de número 30, buscou saber qual teria sido a maior lição que se aprendeu empreendendo.

Essa pergunta foi bem distinta pois ambos aprenderam coisas de grande valor. |O ramo do empreendedorismo é bem complexo, onde muitos se reinventam a cada novo dia, outros aprenderam o significado de resiliência, a responsabilidade por cada centavo entrado no caixa e de manter o comércio aberto quando se queria está em uma praia curtindo, então ser empreendedor comércio em geral seja ele alimentício, variedades ou oferta seus serviços é está pronto para matar um leão por dia, como diz o ditado. Tem que saber oferecer o que o cliente procura, dentro das possibilidades do negócio.

Esses relatos refletem o que Drucker (2008) afirma ao definir o empreendedor como alguém que transforma desafios em oportunidades, guiado pela ação, pela aprendizagem e pela capacidade de inovar em contextos incertos. Para o autor, o verdadeiro aprendizado

empreendedor não se limita à teoria, mas é construído na prática cotidiana, por meio da observação, tentativa, erro e adaptação constante.

Além disso, segundo Hisrich e Peters (2018), o processo de empreender é também um processo de aprendizagem contínua, no qual o empreendedor aprende a resolver problemas, tomar decisões e inovar com base em experiências vividas. Essa visão se conecta à realidade dos entrevistados, que relatam ter aprendido o valor da organização financeira, do planejamento e da gestão do tempo, reconhecendo que o empreendedorismo é “bem complexo” e requer constante reinvenção.

Outro ponto importante é o papel da resiliência emocional, fundamental para suportar as pressões e incertezas do mercado. Como afirma Kuratko (2016), o empreendedor moderno precisa desenvolver uma “mentalidade antifrágil”, ou seja, aprender com os impactos e sair fortalecido das adversidades. Essa característica é notável entre os participantes da pesquisa, que demonstram persistência mesmo diante das dificuldades, valorizando o aprendizado adquirido em cada desafio.

Por fim, a análise mostra que o empreendedorismo é percebido pelos respondentes não apenas como uma forma de sustento, mas como um caminho de crescimento pessoal e profissional, onde o maior aprendizado é manter-se firme, ético e adaptável, mesmo quando os recursos são escassos e as condições do mercado são desafiadoras. Assim, a experiência empreendedora se revela, nas palavras de Fillion (2011), um processo de “descoberta de si mesmo através da ação”, em que cada obstáculo se transforma em uma oportunidade de aprendizado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo analisar o perfil socioeconômico dos empreendedores do município de Ereré-CE, buscando compreender as motivações que os levam a iniciar seus negócios, a situação atual em que essas atividades se encontram e a existência — ou não — de políticas públicas de apoio ao desenvolvimento local. A análise combinada dos dados quantitativos e qualitativos permitiu a construção de um panorama realista e crítico sobre o empreendedorismo no contexto de um município pequeno, marcado por limitações econômicas e escassez de oportunidades formais de trabalho.

O primeiro objetivo específico, voltado à identificação do perfil socioeconômico dos empreendedores, foi plenamente alcançado. Os resultados demonstraram que o público empreendedor do município é composto majoritariamente por adultos jovens, com baixa renda pessoal e escolaridade variável, atuando em setores tradicionais como alimentação, vestuário, varejo e pequenos serviços. Esse perfil revela não apenas quem são os empreendedores, mas também as condições estruturais que moldam o tipo de negócio existente na região, geralmente pequeno, informal ou com baixo investimento inicial.

O segundo objetivo, referente à distinção entre empreendedorismo de necessidade e de oportunidade, mostrou que a realidade local é fortemente marcada pela necessidade como fator motivador predominante. A escassez de empregos formais, a baixa oferta de alternativas de renda e a fragilidade econômica do município impulsionam a abertura de pequenos negócios como forma de subsistência. Os empreendedores, em sua maioria, não iniciam seus negócios a partir de planejamento estruturado ou visão de mercado, mas como resposta imediata às demandas financeiras de suas famílias. Assim, o empreendimento se torna menos uma escolha estratégica e mais uma alternativa diante das limitações existentes.

O terceiro objetivo, que buscou analisar a situação atual dos empreendimentos, demonstrou que a maioria opera em condições de sobrevivência, com margens reduzidas de lucratividade, pouca capacidade de reinvestimento e dificuldades para expansão. Isso reforça a compreensão de que, em municípios pequenos, o empreendedorismo não se consolida como caminho natural de acumulação de capital, mas como mecanismo de manutenção básica das condições de vida. A rotatividade de negócios recentes e o baixo tempo de funcionamento de grande parte deles confirmam as dificuldades de permanência e estabilização no mercado local.

O quarto objetivo, voltado à verificação de ações públicas de apoio ao empreendedor local, revelou uma lacuna significativa na realidade de Ereré-CE. Os dados coletados mostram que os empreendedores não recebem acompanhamento técnico, não participam de programas de capacitação, não têm acesso facilitado a crédito e não reconhecem a presença ativa de políticas públicas voltadas ao desenvolvimento dos pequenos negócios. A ausência de iniciativas institucionais limita ainda mais o potencial de crescimento dos empreendimentos, que permanecem dependentes exclusivamente do esforço individual de seus proprietários. Isso evidencia que, sem suporte público efetivo, o empreendedorismo local tende a se manter em um estado permanente de vulnerabilidade econômica.

Ao reunir esses elementos, a pesquisa responde à questão central: o empreendedorismo em Ereré-CE está fortemente associado à necessidade e opera majoritariamente em condições de sobrevivência, desenvolvendo-se em um ambiente frágil, pouco assistido pelo poder público e marcado por limitações estruturais que dificultam a expansão e a consolidação dos pequenos negócios. Embora cumpram papel essencial na economia local garantindo renda mínima, movimentando o comércio e sustentando famílias esses empreendimentos não dispõem das condições necessárias para evoluir de forma sustentável.

Por fim, este estudo reforça a importância de políticas públicas integradas que promovam capacitação, crédito acessível, assessoria técnica e estímulos ao fortalecimento dos pequenos negócios. Em um município onde o empreendedorismo é, antes de tudo, um mecanismo de sobrevivência, tais ações são fundamentais para transformar fragilidade em oportunidade real de desenvolvimento econômico. Sem isso, o empreendedor continuará assumindo sozinho responsabilidades que deveriam ser compartilhadas com estruturas institucionais e políticas voltadas ao fortalecimento da economia local.

REFERÊNCIAS

ARMOND, Ana Paula; NASSIF, José. **Comportamento empreendedor: perfil e competências**. São Paulo: Atlas, 2009.

BRITO, Carlos. Eduardo. Políticas públicas e o empreendedorismo no Brasil: uma análise da década de 1990. **Revista de Administração e Inovação**, v. 10, n. 1, 2013.

CARVALHO, Antonio. **Empreendedores e desafios contemporâneos**. São Paulo: Atlas, 1996.

CEAPG; CENN. **Empreendedorismo e políticas públicas: diretrizes para o desenvolvimento local**. São Paulo: FGV, 2012.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: criando e gerenciando novos negócios**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

COSTA, A. R. O papel do governo no incentivo ao empreendedorismo no Brasil. **Revista de Economia & Gestão**, v. 9, n. 3, 2009.

CRUZ, F. R. **Empreendedorismo e desenvolvimento econômico**. São Paulo: Atlas, 2005.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. 2. ed. São Paulo: Cultura Editores, 2006.

DOLABELA, Fernando. **Pedagogia empreendedora**. São Paulo: Editora Campus, 2012.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: a arte de se criar um negócio**. 4. ed. São Paulo: Elsevier, 2012.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. 5. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2016.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: fundamentos e estratégias**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2020.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. São Paulo: Cengage Learning, 2016.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 39, n. 2, 1999.

FREIRE, Hélio; MARUYAMA, Felipe; POLLI, Mariana. Empreendedorismo no Brasil: um panorama das políticas e ações de apoio. Brasília: SEBRAE, 2017.

FREIRE, C. T.; MARUYAMA, F. M.; POLLI, M. Inovação e empreendedorismo: políticas públicas e ações privadas. *Novos Estudos CEBRAP*, São Paulo, v. 36, n. 3, p. 51-76, nov. 2017.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Relatório Global de Empreendedorismo**. 2022.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Síntese de Indicadores Sociais**. Brasília: IBGE, 2023.

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Relatório sobre Desigualdade e Renda no Brasil**. Brasília: IPEA, 2022.

KRUTSCH NETO, A. **A importância das micro e pequenas empresas no desenvolvimento econômico**. São Paulo: Atlas, 2002.

LONGENECKER, Justin G.; MOORE, Carlos W.; PETTY, J. W. **Administração de pequenas empresas**. São Paulo: Cengage Learning, 2004.

LÓPEZ-RUIZ, Osvaldo. **O indivíduo empreendedor e o capitalismo moderno**. São Paulo: Edusp, 2007.

MACEDO, M. A. Políticas de inovação no Brasil: desafios e resultados. **Revista Brasileira de Inovação**, v. 16, n. 2, p. 45–60, 2017.

MARTINS, Ana; COSTA, Bruna. **Micro empreendedorismo e informalidade no Brasil**. Recife: UFPE, 2014.

MEDEIROS, José. **Empreendedorismo e capitalismo**. Fortaleza: UFC, 2006.

NONATO, Carlos. **Empreendedorismo como solução para o desemprego**. Salvador: EDUFBA, 2013.

OLIVEIRA, André. **Softex e a política de inovação tecnológica no Brasil**. Brasília: MCTI, 2012.

OLIVEIRA, M. F. **Família, sociedade e economia local**. São Paulo: Cortez, 2019.

PAULA, J. A.; CERQUEIRA, M. P.; ALBUQUERQUE, L. G. A visão de Adam Smith sobre o empresário e o mercado. **Revista de Economia Política**, São Paulo, v. 20, n. 2, p. 113–127, 2000.

PEREIRA, L. C. **Empreendedorismo e inovação no Brasil contemporâneo**. Belo Horizonte: PUC Minas, 2011.

POCHMANN, Márcio. **Desigualdade e empreendedorismo popular**. São Paulo: Cortez, 2019.

QUINN, J. B. *Entrepreneurial learning in organizations*. Cambridge: Harvard University Press, 1999.

REGAZZI, L. C. **Desenvolvimento local e regional: teoria e prática**. Recife: UFPE, 2022.

ROSENFELD, C. **Autonomia e auto emprego: novas formas de trabalho**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2015.

SCHUMPETER, Joseph A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SCHUMPETER, Joseph A. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1982.

SEBRAE. **Empreendedorismo no Brasil: 2007**. Brasília: SEBRAE, 2007.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Relatório de Empreendedorismo no Brasil 2015–2024**. Brasília: SEBRAE, 2024.

SOUZA NETO, M. P.; SALES, F. R. **Empreendedorismo e geração de riqueza no Brasil**. Recife: UFPE, 2004.

SPOSATI, Aldaíza. **Pobreza e desigualdade social no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2015.

TIMMONS, Jeffry; SPINELLI, Stephen. *New venture creation: entrepreneurship for the 21st century*. New York: McGraw-Hill, 2016.

VALENCIANO SENTANIN; BARBOZA. **Empreendedorismo e mobilidade social**. São Paulo: Atlas, 2005.

VIEIRA, D. L. **Crescimento econômico e desenvolvimento social**. Rio de Janeiro: FGV, 2009.

**ANEXO I: ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA APLICADA AOS
EMPREENDEDORES DA CIDADE DE ERERÉ-CE**

I – IDENTIFICAÇÃO GERAL DO EMPREENDEDOR(A):

1) Quanto ao Gênero:

1() Feminino

2() Masculino

2) Qual sua Idade (anos completos):

1() 15 a 17 anos

2() 18 a 21 anos

3() 22 a 25 anos

4() 26 a 29 anos

5() 30 a 35 anos

6() 36 a 40 anos

7() 41 a 45 anos

8() 46 a 50 anos

9() Acima de 50 anos

3) Qual o seu grau de escolaridade:

1() Sem escolaridade

2() Fundamental incompleto

3() Fundamental completo

4() Médio incompleto

5() Médio completo

6() Superior incompleto

7() Superior completo

8() Pós-graduação: _____

4) Estado civil:

1() Solteiro(a)

2() Casado

3() Viúvo

4() Divorciado

5() União estável

5) Onde fica situada a residência:

1. () Zona Urbana

2. () Zona Rural

6) Tipo de moradia

- 1. () Própria
- 2. () Alugada
- 3. () Cedida ()
- 4. Morador ()

7) Total de pessoas da família morando na residência:

- 1. () 1 a 2 pessoas
- 2. () 3 a 4 pessoas
- 3. () 5 a 6 pessoas
- 4. () 7 a 8 pessoas
- 5. () 9 a 10 pessoas
- 6. () Acima de 10 pessoas

8) Qual seu salário médio? (Pró-labore da atividade empreendedora) R.: _____

8.1) - MARCAR A FAIXA EM QUE ESTÁ SITUADO o Pró-labore:

- 1.() Até 1 s. m.
- 2 () De 1 s. m. até 1,5 s. m
- 3 () De 1,5 s. m. até 2 s. m.
- 4 () De 2 s.m. até 3 s. m.
- 5 () De 3 s.m. até 5 s. m.

**9) Qual seu salário médio? (Atividade trabalhista, se tiver; Caso não, escreva 0)
R.: _____**

9.1) - MARCAR A FAIXA EM QUE ESTÁ SITUADO o Salário médio:

- 1. () Zero. N.S.A.
- 2. () Até 1 s. m.
- 3 () De 1 s. m. até 1,5 s. m
- 4 () De 1,5 s. m. até 2 s. m.
- 5 () De 2 s.m. até 3 s. m.
- 6 () De 3 s.m. até 5 s. m.
- 7 () Acima de 5 s. m.

10) Qual a faixa de Renda mensal da família (todos os rendimentos da residência):

- 1. () Inferior a 1 s. m.
- 2. () De 1 s. m. até 2 s. m.
- 3 () De 2 s.m. até 3 s. m.

4 () De 3 s.m. até 5 s. m.

5 () De 5 s.m. até 7 s. m.

6 () De 7 s.m. até 10 s. m.

7 () Acima de 10 s. m.

II – INFORMAÇÃO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA:

11) Qual seu ramo de atuação?

1.() Confeccções

2 () Variedades

3 () Comidas (Lanches)

4 () Comidas (Restaurante)

5 () Bebidas

6 () Outros: _____

12) Quanto tempo está nesse ramo? (Anotar ano de abertura: _____)

12.1) Faixa de tempo em que está nesse ramo?

1.() Menos de 1 ano

2.() De 1 até 2 anos

3.() De 3 até 5 anos

4.() De 6 até 9 anos

5.() Acima de 10 anos

13) Já atuou em outro tipo de atividade empreendedora antes?

1 () Sim

2 () Não

14) Se SIM, qual atividade foi? R: _____

15) Qual o seu lucro médio mensal (anotar a estimativa).

1.() Até 1 s. m.

2 () De 1 s. m. até 1,5 s. m

3 () De 1,5 s. m. até 2 s. m.

4 () De 2 s.m. até 3 s. m.

5 () De 3 s.m. até 5 s. m.

16) Como surgiu o seu interesse pelo empreendedorismo?

1 () Herança negócio de família

2 () Investimento de recursos

3 () Falta oportunidade de emprego

4 () Outro: _____

17) Quanto tempo levou entre a ideia inicial e a abertura do negócio?

1 () De 1 a 5 meses

2 () De 6 a 11 meses

3 () 1 ano

4 () De 1 a 2 anos

5 () Mais de 3 anos

18) Você teve sócios na abertura deste negócio?

1 () Sim

2 () Não

19) Quais foram os maiores desafios no início? (Marcar mais de uma alternativa)

1 () Falta do Capital inicial

2 () Falta de apoio ou incentivo

3 () Concorrência

4 () Outros. _____

20) De onde surgiu o Capital para início do negócio? (Marcar mais de uma alternativa)

1 () Capital Próprio

2 () Ajuda de familiar

3 () Empréstimo bancário

4 () Outro.

21) Você tem algum apoio do poder público (ex.: Prefeitura municipal) para manter o seu negócio?

1 () Sim

2 () Não

22) Se SIM, qual tipo de apoio? R: _____

23) Você fez algum tipo de curso antes de começar a empreender?

1 () Sim

2 () Não

24) Se SIM, qual tipo de curso? R: _____

III – OUTRAS INFORMAÇÕES DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA:

25) Que estratégias você usa para atrair e manter clientes?

26) Como você lida com a concorrência?

27) Quais ferramentas ou tecnologias são fundamentais para o seu negócio?

28) Que inovações ou melhorias você pretende implementar?

29) .Como você se atualiza sobre o mercado e tendências, identifica as novas oportunidades?

30) Qual é a maior lição que você aprendeu empreendendo?

Muito Obrigada pela sua colaboração!

ANEXO II: Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Esclarecimentos:

Você está sendo convidado(a) a participar como voluntário(a) de uma pesquisa. Leia atentamente as informações a seguir. Caso aceite participar do estudo, assinale "Concordo com o TCLE e desejo participar da pesquisa" ao final deste documento.

1-Sua participação é voluntária, o que significa que você poderá desistir a qualquer momento, retirando seu consentimento sem que isso lhe traga nenhum prejuízo ou penalidade.

2-Caso decida aceitar o convite, você responderá a uma entrevista conduzida pela pesquisadora **Yandra Barbara da Silva**, orientada pelo professor Prof. Dr. Ronie Cleber de Souza, do Departamento de Economia do *Campus* Avançado de Pau dos Ferros (CAPF/UERN).

3-Essa pesquisa tem como objetivo geral: **analisar o empreendedorismo na cidade de Erere-CE, suas dimensões e evolução.**

4-O benefício desta pesquisa é a possibilidade de conhecer os fatores econômicos e sociais ligados a atividade empreendedora, dos pequenos negócios, nos pequenos municípios do semiárido nordestino.

5- Os riscos mínimos que o participante da pesquisa estará exposto são de ordem **“Risco Social e Moral”**. Esses riscos serão minimizados mediante: **Garantia do anonimato/privacidade do participante na pesquisa, onde não será preciso colocar o nome do mesmo.** Para manter o sigilo e o respeito ao participante da pesquisa, apenas os pesquisadores – Orientanda (YANDRA BARBARA DA SILVA) e o Professor Orientador (RONIE CLEBER DE SOUZA) - poderão manusear e guardar as entrevistas; sigilo das informações por ocasião da publicação dos resultados no TCC e artigos em eventos científicos, visto que não será divulgado dado que identifique o participante; garantia que o participante se sinta à vontade para responder aos questionários e anuência das Instituições de ensino e saúde para a realização da pesquisa.

6- Os pesquisadores estarão à disposição para qualquer esclarecimento durante todo o processo de desenvolvimento deste estudo. Qualquer dúvida sobre a pesquisa, poderá entrar em contato com o pesquisador - Professor Orientador responsável - pelo telefone (84) 9.9633-9719.

Entendimento e Consentimento:

() Concordo com o TCLE e desejo participar da pesquisa.

Autorizo assim, a publicação dos dados da pesquisa, a qual me garante o anonimato e o sigilo dos dados referentes à minha identificação.

ERERE-CE, 14/10/2025

Assinatura da Orientanda

Assinatura do Prof. Orientador