

EMPREENDEDORISMO LOCAL E ECONOMIA CRIATIVA: FORTALECIMENTO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS EM CAFELÂNDIA (SP)

Ana Clara Pelá Godeguezi¹
Flávia Cunha dos Santos¹
Karen Morais Rocha¹
Mayra Cristina de Oliveira¹
Valcir da Silva Santana¹
Luciana Gonçalves Platero²
Célia Aparecida de Matos Garcia³

RESUMO: A economia criativa tem se consolidado como estratégia relevante para o desenvolvimento econômico, especialmente em municípios de pequeno porte, ao integrar criatividade, conhecimento e recursos locais, contribuindo para o fortalecimento da economia e da comunidade local. Este trabalho tem como objetivo analisar de que forma a articulação entre criatividade, capital humano e recursos locais influencia o fortalecimento das micro e pequenas empresas no município de Cafelândia (SP). Trata-se de uma pesquisa exploratória e descritiva, com abordagem mista, realizada por meio de pesquisa bibliográfica, estudo de caso e pesquisa de campo. A coleta de dados ocorreu por meio de questionário estruturado aplicado a 47 empreendedores locais, contendo questões fechadas e em escala Likert. Os dados foram analisados por meio de estatística descritiva simples, considerando a distribuição de frequências das respostas. Os resultados evidenciaram que o capital humano é reconhecido como fator essencial para o desempenho das empresas, embora a escassez de mão de obra qualificada ainda represente um entrave ao crescimento. Verificou-se que a digitalização está presente na maioria dos negócios, porém a inovação ocorre de forma desigual. Além disso, a utilização de recursos culturais e da identidade local ainda é limitada, indicando subaproveitamento do potencial territorial. Conclui-se que a articulação entre criatividade, capital humano e recursos locais ocorre de forma parcial, evidenciando a necessidade de investimentos em qualificação profissional, incentivo à inovação e valorização dos recursos locais, contribuindo para o fortalecimento das empresas e para o desenvolvimento da comunidade local.

Palavras-chave: Desenvolvimento Local; Pequenos Negócios; Inovação; Capital Humano; Economia Criativa.

1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento econômico contemporâneo exige novas abordagens capazes de integrar inovação, conhecimento e criatividade como vetores de transformação social e produtiva. Nesse cenário, a economia criativa tem ganhado destaque tanto em nível internacional quanto nacional, configurando-se como

alternativa estratégica para promover inclusão, diversidade cultural e crescimento sustentável. De acordo com a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento, a economia criativa tornou-se um tema central na agenda econômica global, exigindo políticas informadas que articulem cultura, inovação e desenvolvimento social (UNCTAD, 2010). Essa perspectiva amplia a compreensão de que o desenvolvimento não deve ser medido apenas por indicadores tradicionais, como o Produto Interno Bruto (PIB), mas também pelas externalidades sociais, ambientais e culturais que promovem o bem-estar coletivo. Como afirmam Oliveira e Martinelli (2013, p. 54), “o simples aumento do PIB [...] não é mais suficiente”, sendo necessário considerar fatores que assegurem sustentabilidade e inclusão.

No contexto brasileiro, a relevância da economia criativa se evidencia pelo impacto das micro e pequenas empresas (MPEs) na economia nacional, representando 97% das empresas do país e contribuindo com 26,5% do PIB, as MPEs desempenham papel essencial na geração de emprego, renda e dinamização de mercados locais (SEBRAE, 2025). A FIRJAN (2025, p. 15) reforça esse panorama ao destacar que “a Indústria Criativa desempenha papel proeminente na economia brasileira”, agregando valor econômico, ampliando a renda e criando oportunidades qualificadas. Além de seu papel econômico, a economia criativa fortalece identidades culturais, promove diversidade e impulsiona o *soft power* brasileiro, evidenciando que criatividade e cultura constituem recursos estratégicos para o desenvolvimento.

Essas dinâmicas adquirem contornos ainda mais relevantes em municípios de pequeno porte, onde o desenvolvimento econômico depende diretamente da articulação entre capital humano, práticas de gestão e recursos culturais e territoriais. A Confederação Nacional de Municípios (2025) enfatiza que a economia criativa é composta por atividades baseadas no capital intelectual e cultural, capazes de gerar impacto econômico e social ao envolver múltiplos agentes na produção de bens e serviços. Em Cafelândia (SP), as micro e pequenas empresas compõem a base produtiva local e refletem o potencial de um território em que criatividade, tradição cultural e empreendedorismo se entrelaçam.

No entanto, apesar desse potencial, observa-se que a integração entre criatividade, capital humano e recursos locais nem sempre ocorre de forma

estruturada, o que pode limitar a capacidade das micro e pequenas empresas de inovar, se desenvolver e contribuir de maneira mais efetiva para o desenvolvimento econômico e social do município. Nesse sentido, configura-se como problema de pesquisa compreender quais fatores dificultam ou potencializam essa articulação no contexto local, bem como de que forma esses elementos impactam o fortalecimento da economia criativa em Cafelândia (SP).

A relevância desta investigação está diretamente associada às oportunidades que emergem da integração entre criatividade, qualificação profissional e recursos locais. A pesquisa dialoga com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, especialmente o ODS 4 (Educação de Qualidade), o ODS 8 (Trabalho Decente e Crescimento Econômico), o ODS 9 (Indústria, Inovação e Infraestrutura) e o ODS 11 (Cidades e Comunidades Sustentáveis), evidenciando sua contribuição para a formulação de estratégias que valorizem o potencial humano, cultural e social da comunidade cafelandense. Ao compreender os fatores que potencializam a atuação das MPEs na economia criativa, este estudo busca oferecer subsídios teóricos e práticos para o fortalecimento do desenvolvimento local, indicando caminhos para políticas públicas e ações empreendedoras alinhadas à sustentabilidade, à inclusão social e à valorização da identidade cultural.

Assim, este estudo tem como objetivo analisar de que forma a articulação entre criatividade, capital humano e recursos locais potencializa ou limita a atuação das micro e pequenas empresas no fortalecimento da economia criativa em Cafelândia (SP), bem como mapear os setores e recursos locais, analisar a influência do capital humano, das práticas de gestão e do uso de tecnologias e indicar estratégias que contribuam para o fortalecimento sustentável dessas empresas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Economia criativa e desenvolvimento

A economia criativa tem sido reconhecida nas últimas décadas como um novo paradigma de desenvolvimento econômico, social e cultural, articulando inovação, conhecimento e identidade territorial. Segundo a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD, 2010, p. 10),

trata-se de um conceito em evolução baseado em ativos criativos capazes de gerar crescimento, promover inclusão social e ampliar oportunidades produtivas em diferentes contextos. A UNCTAD (2010) destaca que a economia criativa integra dimensões econômicas, culturais, tecnológicas e sociais, configurando um conjunto de atividades econômicas baseadas em conhecimento e criatividade com influência direta sobre o desenvolvimento sustentável.

No contexto internacional, a economia criativa tem sido utilizada como estratégia para estimular a geração de renda, criar empregos qualificados e fortalecer cadeias produtivas ligadas à cultura, inovação e propriedade intelectual (UNCTAD, 2010). Estudos do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA, 2019) reforçam essa relevância ao enfatizar que países em desenvolvimento apresentam grande potencial criativo e riqueza cultural, fatores que podem ser convertidos em crescimento econômico, competitividade e inclusão social. Além disso, Bendassolli e Wood Jr. (2011) observam que as transformações nas indústrias criativas se relacionam diretamente com novas dinâmicas de trabalho, baseadas em projetos, inovação contínua e alto grau de especialização.

2.2 Economia criativa no contexto brasileiro

No Brasil, a economia criativa tem se consolidado como vetor de diversificação econômica e desenvolvimento territorial. O SEBRAE (2024) indica que o setor envolve atividades como patrimônio cultural, artes visuais, design, audiovisual, moda e serviços criativos, todas baseadas em capital intelectual e em competências criativas que agregam valor econômico e simbólico. Ainda segundo o IPEA (2019), a participação da economia criativa no PIB nacional varia entre 1,2% e 2%, com potencial de expansão em função da força cultural brasileira e do crescimento de pequenos negócios criativos.

2.3 Micro e pequenas empresas e desenvolvimento local

As micro e pequenas empresas (MPEs) desempenham papel relevante no fortalecimento da economia criativa, especialmente em municípios de pequeno porte. A Lei Complementar nº 123/2006 estabelece critérios legais para a classificação das microempresas e empresas de pequeno porte com base na

receita bruta anual, além de instituir mecanismos de incentivo e tratamento diferenciado destinados a promover o desenvolvimento e a competitividade desses empreendimentos (Brasil, 2006).

Apesar de sua importância, as MPEs enfrentam desafios estruturais e gerenciais que dificultam seu crescimento. Figueiredo *et al.* (2023) identificam problemas como ausência de planejamento estratégico, baixa cooperação entre empreendedores, pouco conhecimento sobre perfil de clientela e insuficiência na valorização de ativos intangíveis. Referências como Amaro e Nunes (2002) reforçam a necessidade de preparo gerencial, inovação e capacidade estratégica para superar limitações históricas do segmento.

2.4 Capital humano, criatividade e inovação

Nesse cenário, o capital humano emerge como elemento central para o fortalecimento das MPEs e da economia criativa. A teoria do capital humano, sistematizada por Schultz (1961), e desenvolvida por Mincer (1958) e Becker (1962), ressalta que investimentos em educação, qualificação e competências elevam a produtividade e favorecem o crescimento econômico. O IPEA (2021) complementa que o capital humano é parte dos modelos de crescimento endógeno, sendo fundamental para a inovação e para o desenvolvimento de longo prazo.

A educação empreendedora também exerce papel decisivo na qualificação do capital humano criativo. Araújo *et al.* (2005 apud Araújo; Silva; Gonçalves, 2012) destacam que programas de empreendedorismo foram incorporados ao ensino superior brasileiro a partir da década de 1980, promovendo formação voltada à autonomia, inovação e transformação de conhecimento em valor econômico e social. A UNESCO, conforme citado por Araújo, Silva e Gonçalves (2012), reforça essa importância ao defender o “aprender a empreender” como estratégia educacional alinhada às demandas contemporâneas do trabalho.

Associada ao capital humano, a criatividade é considerada ativo estratégico das organizações. A Suno (2025) observa que o desenvolvimento de competências criativas potencializa a inovação, simplifica processos e aumenta a capacidade competitiva das empresas. No nível territorial, o IPEA (2021) demonstra que incrementos na escolaridade e na qualificação profissional

contribuem para a melhoria da renda per capita e para o fortalecimento das economias locais.

Inovação e tecnologia também desempenham papel determinante para a competitividade das MPEs criativas. Inovar pode envolver desde melhorias simples em produtos e processos até a adoção de novos canais de venda e práticas digitais. A Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL, 2024) aponta que a digitalização impulsiona ganhos de produtividade, mas ressalta que grande parte das MPEs brasileiras ainda apresenta maturidade digital inicial. Estudos do Movimento Brasil Competitivo e da FGV, citados pela CNDL (2024), demonstram que a adoção de tecnologias emergentes, como inteligência artificial e automação, amplia a capacidade analítica e a eficiência operacional das empresas.

Nesse contexto, práticas sustentáveis também se destacam como diferenciais competitivos. A Universidade de Fortaleza (UNIFOR, 2024) evidencia que iniciativas voltadas para ESG fortalecem a imagem institucional, reduzem custos operacionais e ampliam o acesso a novos mercados.

2.5 Economia criativa e desenvolvimento territorial em Cafelândia (SP)

A análise territorial é essencial para compreender como esses elementos se articulam na prática. Cafelândia (SP), município de pequeno porte localizado na região centro-oeste paulista, apresenta indicadores socioeconômicos que influenciam diretamente o desenvolvimento das MPEs locais. Segundo o IBGE (2025), o município possui 16.654 habitantes, densidade demográfica de 18,1 hab/km² e média de 2,66 moradores por residência. Seu IDHM é de 0,742 e o PIB per capita foi de R\$ 38.094,80 em 2021 (IBGE, 2025). Dados do Observatório SEBRAE (2025) indicam a existência de 978 estabelecimentos, com crescimento anual de 6,65%, e forte concentração de empregos nos setores industrial, comercial e de serviços.

A atuação da Prefeitura de Cafelândia em parceria com o SEBRAE-SP, por meio da Sala do Empreendedor, reforça políticas de apoio à formalização, capacitação e acesso a crédito (Prefeitura Municipal de Cafelândia, 2024). Apesar do potencial produtivo e criativo, o município enfrenta desafios relacionados à qualificação do capital humano, baixa maturidade digital das

empresas e redução de empregos formais nos últimos anos (Observatório SEBRAE, 2025). A UNCTAD (2010) aponta que políticas públicas interdisciplinares, articuladas entre cultura, tecnologia e desenvolvimento econômico, são fundamentais para transformar ativos criativos em vantagens competitivas sustentáveis.

Assim, o cenário de Cafelândia revela oportunidades significativas para fortalecer a economia criativa por meio da integração entre criatividade, qualificação profissional, inovação tecnológica e valorização dos recursos locais.

3 METODOLOGIA

3.1 Tipo e natureza da pesquisa

A pesquisa caracterizou-se como exploratória e descritiva, uma vez que buscou compreender o fenômeno do empreendedorismo e da economia criativa no contexto do município de Cafelândia (SP), bem como identificar padrões e relações entre variáveis relevantes. Conforme Gil (2002, p. 41), as pesquisas exploratórias têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, sendo apropriadas quando o tema ainda carece de aprofundamento. Já as pesquisas descritivas, segundo o autor, visam caracterizar fenômenos, populações ou relações entre variáveis por meio de técnicas padronizadas de coleta de dados (Gil, 2002, p. 42).

3.2 Abordagem metodológica

A abordagem adotada foi quantitativa, permitindo a mensuração das informações obtidas por meio de questões fechadas e itens em escala Likert. Essa abordagem possibilitou a análise objetiva dos dados coletados, com base em estatística descritiva, a partir do cálculo de frequências absolutas e relativas, contribuindo para a identificação de padrões e tendências nas respostas dos participantes. Conforme Dal-Farra e Lopes (2013), a abordagem quantitativa estruturada permite maior padronização dos dados e favorece a consistência e a confiabilidade dos resultados obtidos em pesquisas de campo.

3.3 Procedimentos metodológicos

Foram utilizados três procedimentos metodológicos complementares: pesquisa bibliográfica, estudo de caso e pesquisa de campo. A pesquisa bibliográfica, conforme Gil (2002, p. 44), forneceu o embasamento teórico necessário à compreensão dos conceitos de economia criativa, capital humano, inovação e desenvolvimento local, a partir de livros, artigos científicos e relatórios institucionais.

O estudo de caso concentrou-se no município de Cafelândia (SP), permitindo a análise de um contexto específico e delimitado, com foco nas micro e pequenas empresas locais e nas dinâmicas relacionadas à economia criativa. Segundo Gil (2002, p. 41), estudos exploratórios frequentemente assumem essa forma, dada sua flexibilidade e potencial de aprofundamento.

A pesquisa de campo possibilitou a coleta de dados empíricos diretamente com empreendedores do município, contribuindo para a compreensão prática do fenômeno investigado.

3.4 Instrumentos e coleta de dados

A coleta de dados foi realizada por meio da aplicação de um questionário estruturado, elaborado na plataforma Google Forms, composto por questões fechadas e itens em escala Likert de cinco pontos. O instrumento contemplou variáveis relacionadas ao perfil dos empreendedores, características das empresas, práticas de gestão, uso de tecnologia, inovação, capital humano e percepção sobre recursos locais e políticas públicas.

Conforme Gil (2002, p. 42), o uso de questionários é típico de pesquisas descritivas, sendo apropriado para a análise de grupos e comportamentos, pois permite a padronização das respostas e a comparabilidade dos dados. A aplicação ocorreu de forma online, mediante o envio do link por meio de redes sociais e aplicativos de comunicação, garantindo maior alcance e praticidade na participação dos respondentes.

3.5 População e amostra

A população da pesquisa compreendeu micro e pequenas empresas atuantes no município de Cafelândia (SP). A amostra foi composta por 47 micro e pequenos empreendedores de diferentes setores da economia local, selecionados por conveniência, considerando critérios de acessibilidade e disponibilidade de participação. Trata-se, portanto, de uma amostra não probabilística, adequada a estudos exploratórios.

3.6 Tratamento e análise dos dados

Os dados quantitativos foram tabulados e analisados por meio de estatística descritiva simples, incluindo o cálculo de frequências absolutas e relativas (percentuais), o que permitiu identificar padrões e tendências nas respostas obtidas. As respostas provenientes das questões em escala Likert e das questões de múltipla escolha foram tratadas por meio da análise da distribuição de frequência, possibilitando a interpretação do grau de concordância e das prioridades apontadas pelos participantes em relação às variáveis investigadas.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Perfil dos empreendedores e características dos negócios em Cafelândia (SP)

Os dados relativos ao grau de escolaridade dos empreendedores do município de Cafelândia (SP) evidenciam a predominância de indivíduos com ensino superior incompleto (38,3%), seguidos por ensino médio completo ou incompleto (36,2%) e ensino superior completo (21,3%). A participação de empreendedores com ensino fundamental e pós-graduação é reduzida, representando apenas 2,1% da amostra em cada categoria.

Esse cenário demonstra a predominância de um nível intermediário de qualificação formal entre os empreendedores locais. Embora uma parcela significativa tenha ingressado no ensino superior, observa-se que muitos ainda não concluíram sua formação acadêmica, o que pode limitar a incorporação de práticas gerenciais mais avançadas e a adoção de estratégias inovadoras.

Conforme a teoria do capital humano, desenvolvida por Schultz (1961) e Becker (1962), o nível de escolaridade está diretamente relacionado à produtividade, à capacidade de inovação e ao desempenho econômico das organizações.

Em relação ao tempo de atuação, verifica-se predominância de empresas com três a cinco anos de atividade (34%), seguidas por empreendimentos com cinco a dez anos (27,7%). Empresas com um a três anos representam 17% da amostra, enquanto aquelas com mais de dez anos correspondem a 14,9%. Os negócios com menos de um ano de existência representam apenas 6,4% dos respondentes. Esses dados demonstram a existência de um ambiente empresarial relativamente consolidado, composto majoritariamente por empresas que já superaram os desafios iniciais de sobrevivência e apresentam potencial para crescimento e expansão.

Quanto ao setor de atuação, destaca-se o comércio local, responsável por 61,7% dos empreendimentos analisados. Em seguida aparecem os segmentos de tecnologia e serviços digitais (17%), artesanato e produtos culturais (8,5%) e design, moda ou comunicação visual (8,5%). O setor de gastronomia representa 4,3% da amostra, enquanto os segmentos de educação, formação, turismo, entretenimento e eventos não registraram participação entre os respondentes. Esse resultado evidencia que a economia local permanece fortemente baseada em atividades comerciais tradicionais, embora existam sinais de diversificação produtiva por meio de atividades relacionadas à tecnologia e à economia criativa.

Observa-se ainda que 59,6% das empresas são compostas apenas pelo próprio empreendedor, caracterizando forte presença de microempreendimentos individuais. As empresas com dois a cinco colaboradores representam 14,9% da amostra, enquanto aquelas com seis a nove colaboradores correspondem a 10,6%. Os empreendimentos com vinte ou mais colaboradores representam 12,8%, e apenas 2,1% possuem entre dez e dezenove colaboradores. Essa estrutura evidencia elevada dependência do capital humano individual e reforça a importância da qualificação profissional como fator determinante para a sustentabilidade e competitividade dos negócios locais.

4.2 Capital humano, qualificação e gestão nas MPEs de Cafelândia

Os resultados indicam que a formação educacional exerce influência significativa sobre a gestão dos negócios locais. Entre os respondentes, 50% concordam totalmente que sua formação contribui diretamente para a gestão da empresa e 10,9% concordam parcialmente, totalizando 60,9% de percepção positiva. Por outro lado, 19,6% apresentaram posicionamento neutro e 19,6% discordaram da afirmação, indicando que parte dos empreendedores ainda não percebe relação direta entre sua formação acadêmica e a administração do negócio.

Além disso, observa-se forte adesão à capacitação profissional. Aproximadamente 78,3% dos empreendedores afirmam ter participado de cursos, treinamentos ou capacitações voltadas ao empreendedorismo nos últimos dois anos, sendo 60,9% em concordância total e 17,4% em concordância parcial. Apenas 6,5% discordaram da afirmação, enquanto 15,2% mantiveram posição neutra. Esse resultado evidencia uma busca contínua por qualificação e atualização profissional, reforçando os pressupostos da teoria do capital humano, segundo a qual o investimento em educação contribui para o aumento da produtividade e do desempenho organizacional (Schultz, 1961; Becker, 1962).

A importância da qualificação torna-se ainda mais evidente quando 83% dos respondentes afirmam que a capacitação da equipe é determinante para a qualidade dos produtos e serviços oferecidos, sendo 74,5% em concordância total e 8,5% em concordância parcial. Apenas 6,4% discordaram dessa afirmação, enquanto 10,6% permaneceram neutros.

Entretanto, a pesquisa também revela que a falta de mão de obra qualificada continua sendo um desafio para parte significativa das empresas locais. Entre os participantes, 57,5% concordam que essa limitação afeta o crescimento dos negócios, sendo 29,8% em concordância total e 27,7% em concordância parcial. Por outro lado, 31,9% mantiveram posição neutra e 10,6% discordaram da afirmação.

Outro aspecto relevante refere-se ao investimento nas competências criativas dos colaboradores. Entre os respondentes, 73,4% afirmam investir regularmente nesse desenvolvimento, sendo 55,6% em concordância total e 17,8% em concordância parcial. Esse resultado demonstra que a criatividade vem

sendo reconhecida como recurso importante para a competitividade empresarial, embora 26,7% dos participantes ainda não tenham manifestado posicionamento definido a respeito do tema.

4.3 Criatividade, economia criativa e identidade territorial em Cafelândia

Os resultados evidenciam que a criatividade ocupa posição estratégica na gestão das micro e pequenas empresas do município. Entre os respondentes, 80,4% concordam que a criatividade é um elemento central na forma como oferecem seus produtos e serviços, sendo 56,5% em concordância total e 23,9% em concordância parcial. Apenas 19,6% apresentaram posicionamento neutro, sem registros de discordância.

Apesar disso, observa-se uma percepção mais limitada quanto à utilização dos recursos culturais e identidades locais como diferencial competitivo. Na questão específica sobre esse tema, 59,4% dos empreendedores demonstraram posicionamento negativo, sendo 44,7% em discordância total e 14,7% em discordância parcial. Apenas 21,3% concordaram parcialmente que utilizam esses recursos em seus negócios, enquanto 19,1% mantiveram posição neutra.

Entretanto, quando questionados sobre o potencial dos recursos culturais e territoriais de Cafelândia, 63,8% dos respondentes concordaram que esses ativos poderiam ser melhor explorados pelas empresas locais, sendo 38,3% em concordância total e 25,5% em concordância parcial. Esse resultado sugere que, embora os empreendedores reconheçam o valor desses recursos, sua incorporação efetiva às estratégias empresariais ainda ocorre de forma limitada.

Da mesma forma, 80,9% dos participantes consideram que a articulação entre criatividade, qualificação profissional e recursos locais é essencial para o crescimento dos negócios, sendo 53,2% em concordância total e 27,7% em concordância parcial. Além disso, 53,1% afirmam que a identidade cultural do município agrega valor aos produtos e serviços oferecidos, enquanto 36,2% mantiveram posicionamento neutro.

Segundo a UNCTAD (2010) e o IPEA (2019), os recursos culturais e territoriais constituem ativos estratégicos capazes de gerar valor econômico, fortalecer identidades locais e impulsionar o desenvolvimento regional. Os resultados obtidos indicam que esse potencial é reconhecido pelos

empreendedores de Cafelândia, embora ainda existam desafios relacionados à sua efetiva utilização como diferencial competitivo.

4.4 Inovação, digitalização e competitividade no contexto local

Os resultados demonstram elevado nível de digitalização entre as empresas pesquisadas. Aproximadamente 86,7% dos empreendedores afirmam utilizar ferramentas digitais, como redes sociais, plataformas de vendas e sistemas de gestão, para ampliar seu alcance de mercado, sendo 66,7% em concordância total e 20% em concordância parcial. Apenas 13,3% apresentaram posicionamento neutro.

Além disso, 68,9% dos respondentes afirmam ter introduzido alguma inovação relevante em produto, serviço ou processo nos últimos dois anos, sendo 51,1% em concordância total e 17,8% em concordância parcial. Em contrapartida, 20% permaneceram neutros e 11,1% discordaram da afirmação.

Apesar desse cenário positivo, a percepção sobre maturidade digital apresenta resultados mais equilibrados. Entre os participantes, 43,8% consideram que a baixa maturidade digital representa um obstáculo ao crescimento empresarial, enquanto 26,1% discordam dessa afirmação e 30,4% mantêm posição neutra. Esses dados sugerem que, embora a digitalização esteja presente na maioria dos negócios, ainda existem diferenças significativas quanto ao uso estratégico das tecnologias disponíveis.

Esse resultado está alinhado aos estudos da CNDL (2024), que apontam a transformação digital como fator relevante para a competitividade das MPes, mas destacam que seus benefícios dependem diretamente da capacidade de utilização estratégica dos recursos tecnológicos.

4.5 Práticas de gestão, sustentabilidade e orientação ao mercado

Os resultados indicam que a maioria dos empreendedores possuem algum tipo de planejamento estratégico formal. Entre os respondentes, 82,6% concordam com essa afirmação, sendo 63% em concordância total e 19,6% em concordância parcial. Apenas 15,2% apresentaram posicionamento neutro e 2,2% discordaram da afirmação.

No que se refere ao conhecimento do mercado consumidor, observa-se elevado grau de orientação ao cliente. Entre os participantes, 85,1% afirmam conhecer o perfil dos clientes e utilizar essas informações para tomar decisões de negócio, sendo 68,1% em concordância total e 17% em concordância parcial. Apenas 14,9% mantiveram posição neutra.

Em relação às práticas de sustentabilidade, 71,8% dos empreendedores reconhecem que ações relacionadas aos princípios ESG representam um diferencial competitivo, sendo 43,5% em concordância total e 28,3% em concordância parcial. Por outro lado, 21,7% permaneceram neutros e 6,5% discordaram da afirmação.

Esses resultados demonstram que planejamento estratégico, orientação ao mercado e sustentabilidade são elementos amplamente reconhecidos pelos empreendedores locais como fatores importantes para a competitividade e o crescimento empresarial.

4.6 Políticas públicas, crédito e ambiente institucional em Cafelândia

Em relação ao acesso a crédito e financiamento, 50% dos respondentes afirmam possuir acesso adequado às linhas de financiamento necessárias para seus negócios, sendo 23,9% em concordância total e 26,1% em concordância parcial. Entretanto, 34,8% apresentaram posicionamento neutro e 15,2% discordaram da afirmação, indicando que ainda existem limitações percebidas por parte dos empreendedores.

No que se refere às políticas públicas de apoio ao empreendedorismo, 58,7% dos participantes avaliam positivamente iniciativas como as promovidas pela Sala do Empreendedor e pelo SEBRAE-SP, sendo 23,9% em concordância total e 34,8% em concordância parcial. Contudo, 34,8% mantiveram posição neutra e 6,5% discordaram da efetividade dessas ações.

Quanto à cooperação entre empreendedores, os resultados demonstram fragilidade nas redes de colaboração locais. Embora 46,8% dos respondentes reconheçam a existência de cooperação que beneficia suas empresas, esse mesmo percentual apresentou posicionamento neutro sobre a questão, enquanto 6,4% discordaram da afirmação. Esses dados sugerem que as relações

colaborativas ainda não são amplamente percebidas ou estruturadas entre os empreendedores do município.

Segundo Hammes e Silveira (2015), a cooperação entre atores locais constitui elemento fundamental para o desenvolvimento territorial, especialmente em municípios de pequeno porte, onde o compartilhamento de conhecimento e recursos pode fortalecer a competitividade regional.

4.7 Demandas prioritárias para o fortalecimento das MPes locais

Gráfico 1 – Ações consideradas mais importantes para fortalecer as MPes em Cafelândia (SP)



Fonte: Ana Clara Pelá Godeguez, Flávia Cunha dos Santos, Karen Moraes Rocha, Mayra Cristina de Oliveira e Valcir da Silva Santana (2026).

Conforme apresentado no Gráfico 1, a principal demanda dos empreendedores de Cafelândia é a ampliação de programas de capacitação e qualificação profissional, apontada por 74,5% dos participantes. Esse resultado reforça a centralidade do capital humano para o desenvolvimento empresarial e confirma empiricamente os pressupostos teóricos apresentados ao longo deste estudo.

Em seguida, destacam-se a realização de feiras, eventos e mercados locais, mencionada por 59,6% dos respondentes, evidenciando a necessidade de

ampliar espaços de divulgação, comercialização e fortalecimento das redes de relacionamento empresarial.

Outras demandas relevantes incluem o acesso facilitado a crédito e financiamento (29,8%), o apoio à digitalização e tecnologia (25,5%) e as parcerias entre empresas, governo e universidades (23,4%). Também foram citadas a criação de espaços coletivos de colaboração e os incentivos fiscais para MPEs, ambos com 21,3% das respostas.

Por outro lado, a valorização da cultura e identidade local foi apontada por apenas 8,5% dos participantes, tornando-se a alternativa menos mencionada pelos respondentes. Esse resultado sugere que, embora os recursos culturais sejam reconhecidos como potenciais ativos territoriais, ainda não são percebidos como prioridade imediata para o fortalecimento das micro e pequenas empresas locais.

4.8 Síntese analítica e confronto com o referencial teórico

De forma geral, os resultados obtidos no município de Cafelândia evidenciam que o capital humano é amplamente reconhecido como fator relevante para o desenvolvimento das micro e pequenas empresas. A valorização da qualificação profissional, da capacitação contínua e do desenvolvimento das equipes confirma os pressupostos da teoria do capital humano, embora ainda existam limitações relacionadas à disponibilidade de mão de obra qualificada.

Observa-se também que a digitalização está presente na realidade da maioria dos empreendedores locais e que parte significativa deles afirma ter implementado inovações nos últimos anos. Entretanto, os resultados indicam diferentes níveis de maturidade entre os negócios analisados, reforçando a necessidade de ampliar a qualificação e o uso estratégico das tecnologias disponíveis.

No que se refere à criatividade, os dados demonstram que ela é amplamente reconhecida como elemento importante para a competitividade empresarial. Contudo, a utilização dos recursos culturais e territoriais de Cafelândia ainda ocorre de forma limitada, apesar do reconhecimento de seu potencial para agregar valor aos produtos e serviços.

Esses achados evidenciam uma relação parcial com o referencial teórico, que destaca a integração entre criatividade, capital humano, inovação e recursos locais como fator essencial para o fortalecimento da economia criativa (UNCTAD, 2010; IPEA, 2019). Embora esses elementos estejam presentes na realidade das empresas pesquisadas, sua articulação ainda não ocorre de forma plena no contexto estudado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo analisar de que forma a articulação entre criatividade, capital humano e recursos locais influencia o fortalecimento das micro e pequenas empresas em Cafelândia (SP). Os resultados evidenciaram que esses elementos são reconhecidos pelos empreendedores como fatores importantes para o desenvolvimento dos negócios, embora sua integração ainda ocorra de forma parcial no contexto local.

Nesse sentido, conclui-se que o fortalecimento das MPEs depende não apenas da qualificação profissional e da adoção de tecnologias, mas também da capacidade de transformar recursos culturais e territoriais em estratégias de diferenciação e geração de valor. Os achados evidenciam oportunidades para ações voltadas à capacitação, inovação e valorização dos ativos locais, contribuindo para o desenvolvimento econômico do município.

Além disso, os resultados demonstram alinhamento com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, especialmente o ODS 4 (Educação de Qualidade), o ODS 8 (Trabalho Decente e Crescimento Econômico), o ODS 9 (Indústria, Inovação e Infraestrutura) e o ODS 11 (Cidades e Comunidades Sustentáveis), ao reforçarem a importância da educação, da inovação e do desenvolvimento local para a sustentabilidade dos pequenos negócios.

Por fim, destaca-se que a pesquisa se limita à realidade de um único município e a uma amostra não probabilística de empreendedores. Dessa forma, recomenda-se que estudos futuros ampliem a investigação para outros contextos territoriais, permitindo comparações e aprofundamentos sobre a relação entre economia criativa e desenvolvimento local.

REFERÊNCIAS

AMARO, R.; NUNES, A. **Gestão e competitividade nas micro e pequenas empresas brasileiras**. São Paulo: Atlas, 2002.

ARAÚJO, S.; SILVA, L.; GONÇALVES, C. **Empreendedorismo e Educação: reflexões sobre a formação empreendedora no Brasil**. IX ANPED Sul – Seminário de Pesquisa em Educação da Região Sul, 2012. Disponível em: <https://www.ucs.br/etc/conferencias/index.php/anpedsul/9anpedsul/paper/viewFile/2780/214>. Acesso em: 12 nov. 2025.

BECKER, Gary S. *Investment in human capital: a theoretical analysis*. *Journal of Political Economy*, v. 70, n. 5, p. 9–49, 1962.

BENDASSOLLI, P. F.; WOOD JR., T. **O paradoxo de Mozart: carreiras nas indústrias criativas**. *Organizações & Sociedade*, v. 18, n. 59, p. 257–274, 2011. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/266969266_O_paradoxo_de_Mozart_carreiras_nas_industrias_criativas. Acesso em: 12 nov. 2025.

BRASIL. Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. **Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte**. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm. Acesso em: 12 nov. 2025.

CNDL – Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas. **Digitalização traz ganhos às MPes e expõe potencial para empreendedores**. 2024. Disponível em: <https://cndl.org.br/varejosa/digitalizacao-traz-ganhos-a-mpes-e-expoe-potencialpara-empreendedores/>. Acesso em: 12 nov. 2025.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE MUNICÍPIOS – CNM. **O impacto da economia criativa nos municípios**. Brasília, 2025. Disponível em: <https://cnm.org.br/comunicacao/noticias/o-impacto-da-economia-criativa-nosmunicipios>. Acesso em: 02 nov. 2025.

DAL-FARRA, R. A.; LOPES, P. T. C. **Métodos mistos de pesquisa em educação: pressupostos teóricos**. *Nuances*, v. 24, n. 3, p. 67–80, 2013. Acesso em: 25 set. 2025.

FIGUEIREDO, A. L. C. *et al.* **Desafios das Micro e Pequenas Empresas no Brasil**. *Revista ID on-line*, v. 17, n. 65, p. 480–488, 2023. Disponível em: <https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/3717>. Acesso em: 12 nov. 2025.

FIRJAN – Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil 2025**. Rio de Janeiro, 2025. Disponível em: https://storsiteobservatorio.blob.core.windows.net/midiasiteobservatorioprod/2025-06/Mapeamento%20da%20Industria%20Criativa%20no%20Brasil%202025_DIGITAL_AF.pdf. Acesso em: 02 nov. 2025.

G1. População de Cafelândia (SP) é de 16.654 pessoas, aponta o Censo do IBGE. 2023. Disponível em:

<https://g1.globo.com/sp/bauru-marilia/noticia/2023/06/28/populacao-decafelandia-sp-e-de-16-654-pessoas-aponta-o-censo-do-ibge.ghtml>. Acesso em: 12 nov. 2025.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

HAMMES, E. D.; SILVEIRA, R. L. L. **O microempreendedor individual e o desenvolvimento territorial**. Colóquio, v. 12, n. 2, 2015. Disponível em: <https://seer.faccat.br/index.php/coloquio/article/view/317>. Acesso em: 26 set. 2025.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades e Estados – Cafelândia (SP)**. 2025. Acesso em: 12 nov. 2025.

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Micro e pequenas empresas: estrutura social e desafios contemporâneos**. Brasília, 2019. Acesso em: 12 nov. 2025.

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Capital humano e crescimento econômico no Brasil**. Brasília, 2021. Acesso em: 12 nov. 2025.

MINCER, Jacob. *Investment in human capital and personal income distribution*. *Journal of Political Economy*, v. 66, n. 4, p. 281–302, 1958.

OLIVEIRA, T. S. M.; MARTINELLI, P. **A economia criativa como caminho ao desenvolvimento sustentável das cidades**. UniSantaCruz, 2013. Acesso em: 02 nov. 2025.

OBSERVATÓRIO SEBRAE. **Perfil econômico de Cafelândia (SP)**. 2025. Acesso em: 12 nov. 2025.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAFELÂNDIA. **Sala do Empreendedor. 2024**. Acesso em: 12 nov. 2025.

SCHULTZ, Theodore W. *Investment in human capital*. *The American Economic Review*, v. 51, n. 1, p. 1–17, 1961.

SEBRAE. **Confira os grandes números dos pequenos negócios no Brasil**. *ASN Nacional*, 11 mar. 2025. Acesso em: 20 nov. 2025.

SEBRAE. **Economia criativa: o que é e que áreas compreende**. *Sebrae Play*, 2024. Disponível em: <https://sebraeplay.com.br/content/economia-criativa-o-quee-e-que-areas-compreende>. Acesso em: 12 nov. 2025.

SUNO. **Capital humano: conceito, importância e impacto nas empresas**. 2025. Disponível em: <https://www.suno.com.br/artigos/capital-humano/>. Acesso em: 12 nov. 2025.

UNCTAD – **United Nations Conference on Trade and Development.**
Economia Criativa – Uma Opção de Desenvolvimento Viável. Genebra,
2010. Disponível em: [https://unctad.org/system/files/official-](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_pt.pdf)
[document/ditctab20103_pt.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_pt.pdf). Acesso em: 12 nov. 2025.

UNIFOR – Universidade de Fortaleza. **Sustentabilidade como diferencial competitivo.** 2024. Disponível em:
<https://unifor.br/web/empreender/sustentabilidade-como-diferencial-competitivo>.
Acesso em: 12 nov. 2025.