



RAÍZES QUE GERAM FUTURO: UMA ANÁLISE DO IMPACTO SOCIAL DO EMPREENDEDORISMO RURAL NA COMUNIDADE DE PENEDO, ITAMARANDIBA – MG

Tatiane Aparecida Correia

Instituto Federal de Educação, Ciências e Tecnologia de Minas Gerais – Campus São João Evangelista | tatianeapcorreia2019@gmail.com

Luiz Henrique Medeiros Carvalho

Instituto Federal de Educação, Ciências e Tecnologia de Minas Gerais – Campus São João Evangelista | luiz.medeiros@ifmg.edu.br

Janice Queiroz de Pinho Gonçalves

Instituto Federal de Educação, Ciências e Tecnologia de Minas Gerais – Campus São João Evangelista | janice.pinho@ifmg.edu.br

Resumo

O objetivo deste estudo foi analisar, a partir das percepções da comunidade rural de Penedo, os impactos dessas iniciativas e atividades econômicas no fortalecimento e melhoria das condições sociais locais. A metodologia utilizada foi quantitativa, com caráter exploratório e descritivo, e empregou a estratégia de estudo de caso. O instrumento de coleta de dados foi um questionário com escala *likert* de cinco pontos, aplicado a uma amostra de 40 moradores. Os resultados mostraram um forte consenso na comunidade que valida o empreendedorismo como principal motor da dignidade e da estabilidade socioeconômica. Os moradores veem os negócios como cruciais para superar o isolamento logístico histórico, melhorar a qualidade de vida e criar empregos dignos, servindo como um poderoso efeito demonstrativo que inspira a comunidade. No entanto, a análise revelou tensões críticas, como o otimismo é predominantemente aspiracional, não se traduzindo plenamente em práticas de consumo locais, e o orgulho do empreendedor é condicional, indicando falhas na coesão social. Além disso, a comunidade é realista ao limitar a capacidade empreendedora, atribuindo ao setor público a responsabilidade de resolver as carências de infraestrutura e serviços.

Palavras-chave: Empreendedorismo Rural; Comunidades Rurais; Desenvolvimento local; Agricultura Familiar.

Abstract

The objective of this study was to analyze the impacts of local economic initiatives and activities on the strengthening and improvement of social conditions within the rural community of Penedo, based on the residents' perceptions. The methodology employed was quantitative, with an exploratory and descriptive nature, utilizing a case study strategy. The data collection instrument was a questionnaire with a five-point Likert scale, applied to a sample of 40 residents. The results demonstrated a strong consensus within the community, validating entrepreneurship as the main driver of dignity and socioeconomic stability. Residents view local businesses as crucial for overcoming



historical logistical isolation, improving quality of life, and creating decent jobs, thereby serving as a powerful demonstration effect that inspires the community. However, the analysis revealed critical tensions, notably that the optimism is predominantly aspirational, not fully translating into local consumption practices, and that entrepreneurial pride is conditional, indicating failures in social cohesion. Furthermore, the community maintains a realistic perspective, limiting the capacity of entrepreneurs and assigning the responsibility for resolving deficiencies in infrastructure and services to the public sector.

Keywords: Rural Entrepreneurship; Rural Communities; Local Development; Family farming.

1. INTRODUÇÃO

O meio rural brasileiro passou por uma reconfiguração, que incluiu a diversificação produtiva, a construção de redes sociais e o reconhecimento de iniciativas locais. Nesse contexto, a própria agricultura familiar, ao se reorganizar e diversificar suas atividades, revela-se uma peça-chave na promoção do desenvolvimento territorial de longo prazo, por meio da agregação de valor a produção e da gestão inovadora dos recursos do território, essas iniciativas impulsionam a geração de ocupação e renda, fortalecem a economia local e valorizam as identidades socioculturais (ABRAMOVAY, 1998; BATISTA *et al.*, 2023). A agricultura familiar e as agroindústrias de pequena escala emergem como alternativas viáveis e sustentáveis aos modelos tradicionais de produção agroexportadora, materializando na prática o conceito de empreendedorismo rural (RAMOS *et al.*, 2024; GAZOLLA; DENGO; PERONDI, 2021).

No Brasil, cerca de 70% dos municípios têm menos de 20.000 habitantes, sendo a agricultura familiar responsável por grande parte do emprego produtivo e pela produção de alimentos básicos para o consumo das famílias (IBGE, 2024). Nesse sentido as iniciativas privadas constroem um papel essencial no desenvolvimento de soluções para o despovoamento rural. Assim o empreendedorismo rural, fundamentado em princípios como igualdade, colaboração e respeito ao território, é uma solução potencial para as necessidades atuais de desenvolvimento social (ABRAMOVAY, 1998; PLOEG *et al.*, 2004; GAZOLLA *et al.*, 2021). Experiências de vida, vínculos afetivos com o território, memórias comunitárias e aspirações futuras exercem influência direta sobre a forma como os pequenos negócios são percebidos, apoiados ou até mesmo contestados por suas comunidades locais (BATISTA *et al.*, 2023; RAMOS *et al.*, 2024).

Dado esse contexto, este estudo se propôs a investigar a seguinte questão central: quais transformações sociais foram percebidas pela comunidade de Penedo a partir do fortalecimento de iniciativas empreendedoras locais? Com base nesse cenário, o presente estudo teve como objetivo principal analisar, a partir das percepções da comunidade rural de Penedo, os impactos dessas iniciativas e atividades econômicas no fortalecimento e melhoria das condições sociais locais.

Para a concretização do objetivo geral, este estudo adotará os seguintes objetivos específicos: 1. Identificar as principais percepções da comunidade rural de Penedo sobre as atividades empreendedoras locais; 2. Avaliar o impacto destas no fortalecimento social da comunidade segundo a visão dos moradores; e 3. Investigar como tais iniciativas influenciam as condições societárias da comunidade rural de Penedo.



Ao focalizar as percepções da comunidade sobre o empreendedorismo local, este estudo adota uma abordagem inovadora e interdisciplinar que integra conceitos de administração, sociologia rural e planejamento territorial (RODRIGUES, 2019). Ao mesmo tempo, contribui para o fortalecimento do corpus teórico voltado à análise qualitativa de impactos, ainda pouco explorada em pesquisas econômicas de caráter quantitativo. Do ponto de vista prático, os resultados poderão subsidiar gestores públicos, cooperativas, associações e instituições de desenvolvimento na formulação de políticas e programas adequados às realidades locais, identificando potencialidades e barreiras percebidas pelos moradores. Reconhecendo o conhecimento e as experiências da comunidade, concomitantemente ao estudo de Gazolla *et al.* (2021) a pesquisa busca promover a justiça territorial e a inclusão produtiva, contribuindo para o fortalecimento de comunidades rurais mais sustentáveis, resilientes e comprometidas com a melhoria da qualidade de vida no campo.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

1.1. Desenvolvimento local e a revalorização do espaço rural

O desenvolvimento do meio rural, quando pensado como um processo endógeno, envolve mudanças estruturais e sociais que partem das dinâmicas internas de uma comunidade ou território (PEREIRA, 2023), ou seja, parte da ideia de que o crescimento deve surgir a partir do potencial, dos saberes e das dinâmicas internas de cada território. Essa estratégia, segundo Branco (2025), considera que o uso dos potenciais recursos locais, é fundamental para promover o dinamismo econômico, criar oportunidades e melhorar a qualidade de vida. Nesse sentido, o Desenvolvimento Local (DL) desempenha um papel estratégico ao vincular o crescimento econômico à justiça social, especialmente em situações territoriais mais vulneráveis.

A respeito disso, no espaço rural, Nunes e Karnopp (2015) e Batista *et al.* (2023) argumentam que o DL se dá por meio da valorização dos recursos endógenos, do estímulo de práticas participativas e do respeito às especificidades locais. Ressaltam, portanto, que o fortalecimento da economia local está diretamente relacionado à capacidade das comunidades de identificar suas próprias necessidades e gerir seus recursos de forma sustentável e colaborativa.

No meio rural, essa abordagem ganha contornos ainda mais significativos. A valorização da agricultura familiar, o desenvolvimento de cadeias produtivas locais, o turismo rural e a proteção ambiental são exemplos específicos de como o DL pode ser implementado nessas áreas (BACELAR; FAVARETO, 2020). O reconhecimento e a valorização dos conhecimentos tradicionais, bem como das formas coletivas de organização, fortalecem a soberania das comunidades rurais e contribuem para a construção de uma economia mais equitativa e resiliente. Segundo Veiga (2000), o desenvolvimento rural não deve ser visto isoladamente, pois está intrinsecamente ligada às transformações dos espaços urbanos, dada a estreita relação entre ambos.

Entretanto, essa visão otimista não pode ignorar os desafios persistentes enfrentados pelas populações do campo. Vasconcelos (2022) adverte que, apesar dos avanços em políticas de valorização do rural, muitos jovens ainda se deparam com a falta de oportunidades de trabalho, acesso à educação superior e condições favoráveis ao empreendedorismo em suas próprias comunidades, o que continua a alimentar o êxodo rural e o envelhecimento populacional no campo.



2.2. O empreendedorismo rural como estratégia de inovação e permanência

Empreendedorismo pode ser entendido como a capacidade de enxergar oportunidades e transformá-las em iniciativas concretas que gerem valor econômico, social ou ambiental (MAGALHÃES, 2024). Em geral, de acordo com Siga (2021) o conceito se refere à inovação, à criação de novos negócios ou à reformulação de práticas existentes para atender às demandas do mercado ou da comunidade. Com base nisso, Magalhães (2024) colabora ao informar que o empreendedorismo se tornou uma força motriz para o desenvolvimento e transformação de realidades socioeconômicas.

Esse fenômeno, antes mais associado a ambientes urbanos e industriais, expandiu-se para as áreas rurais, adquirindo características únicas (ALMEIDA JUNIOR, 2021). Assim, de acordo com Magalhães (2024) o empreendedorismo rural abrange não apenas a criação de novos negócios, mas também a capacidade de reinventar práticas agrícolas tradicionais, agregar valor à produção familiar e diversificar as atividades rurais que são fontes de renda no campo. Em outras palavras, segundo Vasconcelos (2019) trata-se de uma adaptação dos princípios empreendedores às especificidades do campo, levando em consideração aspectos como o manejo da terra, a gestão familiar, o acesso limitado a recursos e a necessidade de manter a sustentabilidade socioambiental.

Para Arciprete (2022) o empreendedorismo em comunidades rurais representa um caminho vital para o desenvolvimento socioeconômico, especialmente dada a crescente necessidade do campo. No entanto, barreiras estruturais, como acesso limitado à tecnologia, falta de gestão financeira profissional e dificuldade em distinguir entre orçamento pessoal e produtivo, por vezes restringem essa proeminência conforme descrito por Maquina *et al.* (2024). Em contrapartida, estudos de Marco e Lenhari (2020), Arciprete (2022) e Siga (2021) demonstram que, mesmo em situações desafiadoras, a capacidade de resiliência e inovação da agricultura familiar conseguem se diferenciar e agregar valor aos seus produtos e negócios mesmo em cenários desafiadores.

2.3. A agricultura familiar e sua conexão com os pequenos empreendimentos

A agricultura familiar constitui um dos pilares econômicos e sociais mais importantes do cenário rural brasileiro. Dados do Censo Agropecuário (IBGE, 2024), atestam que quase 76,8% dos estabelecimentos rurais do país são classificados como agricultura familiar, embora ocupe apenas 23% do total de terras agrícolas. Da Silva e Soares (2023), mostram que essa atividade responde por quase 60% da horticultura nacional, 64,2% da produção de leite e 75,12% dos extratos vegetais. Esses achados corroboram a visão de que a agricultura familiar, apesar de ter menor acesso à terra e à infraestrutura, desempenha um papel significativo no abastecimento e na segurança alimentar do país. Entretanto, os autores destacam que a maioria desses produtores têm dificuldades em competir em mercados dominados por estruturas de grande porte e altamente automatizadas, o que limita sua efetiva integração econômica.

Segundo Quinto *et al.* (2022) essa limitação pode ser mitigada por meio da gestão estratégica em empresa familiar, incluindo controle de custos, planejamento da produção, marketing direto e valorização da mão de obra familiar. Os autores argumentam que a singularidade da agricultura familiar reside em sua adaptabilidade, conhecimento empírico da terra e gestão endógena do processo de produção. Para garantir a sobrevivência e a competitividade dessas propriedades em um mercado global,



Magalhães, Bezerra e Ramos (2023) destacam que é necessário fortalecer pequenos negócios associados, como agroindústrias, mercados locais ou iniciativas de produção integrada. Nesse ponto, há concordância com os argumentos de Da Silva e Soares (2023), que veem os pequenos negócios como um canal para o crescimento e a diversificação da produção, além de geradores de valor para a produção agrícola.

Farias *et al.* (2020) argumentam que, embora as empresas familiares possam proporcionar maior autonomia às famílias rurais, sua escala e impacto no desenvolvimento permanecem limitados. Embora Gazolla *et al.* (2021) e Uabure *et al.* (2024) vejam os pequenos negócios como uma fonte de renda para a agricultura familiar, há preocupações quanto às limitações da solução devido às desigualdades estruturais no campo e ao desenvolvimento local. Dos Santos (2023), por exemplo, enfatiza que a agricultura familiar é frequentemente subvalorizada por ser vista como uma prática arcaica e não competitiva. Enquanto Magalhães *et al.* (2023) argumentam que o fortalecimento da gestão interna pode levar à competitividade para pequenos negócios familiares, Uabure *et al.* (2024) discordam, ao apontar que a lógica de mercado ainda tem efeitos assimétricos que limitam o alcance dessas iniciativas.

Diante disso, Da Silva e Soares (2022) concordam que esses empreendimentos são importantes para a valorização da produção local, diversificação da renda e alcance da autonomia produtiva. No entanto, segundo Quinto *et al.* (2022), há divergências sobre a profundidade e a sustentabilidade dessas iniciativas sem um forte apoio institucional e uma crítica mais direta às estruturas concentradas do sistema agrícola. Segundo Uabure *et al.* (2024), apesar do crescimento dos negócios em pequenas cidades, ainda há carência de planejamento, fortalecimento e sustentabilidade para os pequenos negócios, apesar do aumento significativo do desenvolvimento local.

3. CAMINHO METODOLÓGICO

Este estudo é caracterizado como pesquisa básica ou fundamental, cujo objetivo é adquirir conhecimentos novos que contribuam para o avanço da ciência (FONTELLES *et al.*, 2009). Nesse tipo de pesquisa, o investigador acumula conhecimentos e informações que, eventualmente, levam a resultados acadêmicos.

No que se refere à abordagem do problema, a pesquisa adotou a metodologia quantitativa, onde buscou compreender uma situação específica e explicar os fatores que geram diferenciações entre contextos, aliando essa interpretação à análise mensurável das respostas obtidas por meio da escala *likert*. (DE OLIVEIRA; DOS SANTOS, 2021). Nogueira-Martins e Bógus (2004) e Richardson *et al.* (2007) enfatizam que a pesquisa quantitativa preocupa-se com aspectos da realidade que podem ser quantificados, ou seja, traduzidos em números.

Quanto aos objetivos, fez uso da abordagem exploratória, conforme indicado por De Oliveira e Dos Santos (2021) uma abordagem que proporciona ao pesquisador uma compreensão mais abrangente do tópico ou problema em consideração. Segundo De Carvalho (2021) esse tipo de abordagem permite contemplar os dados de forma sistêmica, com uma compreensão ou interpretação detalhada do fenômeno analisado. Considerando os objetivos deste estudo, a pesquisa ainda é considerada descritiva, pois teve como objetivo descrever a partir das percepções da comunidade rural de Penedo, os impactos dos pequenos negócios no fortalecimento e melhoria das condições sociais locais. Para Gil (1987, p. 39) a pesquisa descritiva “tem como objetivo primordial a descrição das



características de determinada população ou fenômeno, ou, ainda, o estabelecimento de relações entre variáveis”.

A pesquisa aplicou à técnica de estudo de caso, que segundo Gerring (2019) é uma estratégia de pesquisa que busca compreender fenômenos complicados em seu ambiente genuíno, permitindo uma análise detalhada e completa de um caso específico. Nesse sentido, o estudo de caso permitiu investigar percepções da comunidade rural de Penedo, sobre os impactos dos pequenos negócios no fortalecimento da economia local e na melhoria das condições sociais.

Os dados desta pesquisa foram coletados por meio de um questionário estruturado em escala *likert* com cinco pontos: discordo totalmente (1), discordo parcialmente (2), neutro (3), concordo parcialmente (4) e concordo totalmente (5) que foi entregue via Google Forms, respeitando a ética em pesquisa em seres humanos - RES. CNS 466/12, II.4 (BRASIL, 2012). A fim de garantir a inclusão dos participantes com limitações de acesso digital ou baixa familiaridade com a tecnologia, foi oferecida a opção de responder ao questionário em sua versão física (impressa). Segundo Feijó, Vicente e Petri (2020), a escala *Likert* possui campos de variação para concordância e discordância, permitindo ao pesquisador analisar a intensidade das opiniões dos respondentes em relação às afirmações apresentadas.

De acordo com Maia (2020) o questionário consiste em uma série de perguntas às quais o entrevistado deve responder de forma estruturada. Essa metodologia foi escolhida, pois permite o rápido alcance de muitos indivíduos na comunidade de Penedo. O questionário incluiu 11 assertivas estruturadas (quadro 1) adaptadas dos estudos de Bose (2013), Moreira (2024) e Batista *et al.* (2023) abordando questões relativas ao tema.

Quadro 1 – Assertivas do questionário aplicado

Código	Assertiva
A01	Os pequenos negócios oferecem oportunidades de trabalho digno que melhoram a estabilidade das famílias na comunidade.
A02	A presença de pequenos negócios cria um ambiente de esperança e vitalidade que incentiva a comunidade a prosperar.
A03	Os pequenos empreendedores locais demonstram compromisso com a comunidade ao oferecer produtos e serviços que atendem às necessidades e expectativas dos moradores.
A04	O apoio da comunidade aos pequenos negócios cria um forte laço de pertencimento e solidariedade entre vizinhos.
A05	Os pequenos negócios ajudam a melhorar a qualidade de vida das famílias na região.
A06	Há um sentimento de orgulho na comunidade por ter empreendedores locais.
A07	Os pequenos negócios inspiram e incentivam os moradores a iniciar suas próprias atividades, fomentando um espírito empreendedor na comunidade.
A08	O crescimento dos pequenos negócios contribui para reduzir a migração de moradores para outras cidades.
A09	Pequenos negócios geram oportunidades para jovens permanecerem e trabalharem na comunidade.
A10	A atuação dos pequenos empreendedores impacta positivamente os serviços públicos (educação, saúde, transporte).
A11	O fortalecimento dos pequenos negócios melhora o acesso da população a produtos e serviços essenciais.



Fonte: adaptado de Bose (2013), Moreira (2024) e Batista *et al.* (2023).

Os questionários foram enviados via aplicativo de conversas *Whatsapp*, garantindo a característica de amostragem de resposta voluntária, sem a identificação ou coleta de informações dos respondentes, assim como também foi entregue a versão física para aqueles com limitação à tecnologia. De acordo com Lattaro (2022), essa amostragem é característica pela decisão dos membros da população decidirem se participam ou não da pesquisa.

O estudo foi realizado na comunidade rural de Penedo, com uma população total de cerca de 270 indivíduos (IBGE, 2022). Para determinar a elegibilidade dos participantes, foram estabelecidos os seguintes critérios: i. Inclusão: moradores de Penedo com 18 anos ou mais. ii. Exclusão: indivíduos menores de 18 anos e aqueles que, por qualquer condição (cognitivas ou de saúde) que não possam tomar decisões.

A estratégia de coleta de dados utilizou uma abordagem não probabilística com participação voluntária. Os participantes elegíveis foram convidados a responder o instrumento de pesquisa. O estudo recebeu respostas de 40 indivíduos, representando aproximadamente 14,8% da população total. É importante ressaltar que, devido à baixa taxa de retorno e ao caráter não aleatório da amostragem, os resultados não podem ser generalizados estatisticamente para toda a comunidade de Penedo. As análises e conclusões são, portanto, válidas para descrever as percepções do grupo de 40 voluntários que participou do estudo, fornecendo uma base rica e válida para uma compreensão exploratória e qualificada do fenômeno investigado neste contexto específico.

O período de coleta de dados foi entre 6 e 22 de outubro de 2025 para maximizar o alcance e atender às diversas necessidades dos participantes, conforme detalhado nos critérios de exclusão. Dos 40 participantes, 33 (82,5%) utilizaram o *Google Forms*, enquanto os 7 restantes (17,5%) preencheram a versão impressa do questionário.

Inicialmente, os dados foram consolidados utilizando o *Microsoft Excel*. Os dados do *Google Forms* foram extraídos para uma planilha eletrônica, enquanto os dados dos questionários físicos foram inseridos manualmente, e uma verificação de dupla entrada (double-check) foi realizada em uma amostra das planilhas para garantir a precisão da transcrição; resultando em um banco de dados unificado. Para melhorar a organização e a rastreabilidade, as assertivas foram codificadas sequencialmente utilizando uma abreviação e um número de ordem, de A01 a A11. Os participantes foram identificados por um codinome, "Part.", seguido do número sequencial de sua resposta (por exemplo, Part. 01). As tabelas e a análise estatística foram conduzidas utilizando o *Microsoft Excel* e o JASP (*Jeffrey's Amazing Statistics Program*). Os resultados foram apresentados em forma de tabelas e gráficos, sendo posteriormente avaliados individualmente.

4. RESULTADOS

Localizada no Vale do Jequitinhonha, uma das regiões mais tradicionais e com forte vocação agrícola do estado de Minas Gerais, Itamarandiba é um município com população estimada de 34.137 habitantes, distribuídos em uma área de aproximadamente 2.735km de extensão e situada a aproximadamente 400 km de Belo Horizonte, segundo dados do Instituto brasileiro de geografia e estatística (IBGE, 2022).

A comunidade de Penedo, situada na zona rural de Penha de França, é um distrito tricentenário do município de Itamarandiba, por sua vez é uma comunidade rural estruturada por meio da Associação Comunitária de Penedo e Adjacências, fundada em



19 de outubro de 1989, que atua na defesa de direitos sociais e projetos comunitários, e, atualmente conta com mais de 80 associados. A economia da região é baseada principalmente na agricultura, com destaque para o cultivo de produtos como feijão, milho, café, produção de farinhas de mandioca e milho, e hortaliças e frutas típicas da região. É justamente a partir desta base agrícola tradicional, que surgem as iniciativas de empreendedorismo rural investigadas neste estudo, as quais buscam agregar valor à essa produção e diversificar as fontes de renda local.

Primeiramente, foi feita uma análise das frequências de respostas para cada assertiva (tabela 1), identificando os principais consensos e divergências. Em seguida, recorre-se a estatística descritiva (tabela 2) para aprofundar a compreensão das distribuições e da dispersão das percepções.

Tabela 1 – Relação entre assertivas e escala *likert*

Assertiva	Escala <i>likert</i>	Somatório	%	Assertiva	Escala <i>likert</i>	Somatório	%
A01	3	1	0.025	A07	3	2	0.050
	4	12	0.300		4	11	0.275
	5	27	0.675		5	27	0.675
A02	3	1	0.025	A08	1	1	0.025
	4	2	0.050		3	3	0.075
	5	37	0.925		4	12	0.300
A03	3	5	0.125	A09	5	24	0.600
	4	9	0.225		1	1	0.025
	5	26	0.650		3	4	0.100
A04	3	4	0.100	A10	4	10	0.250
	4	14	0.350		5	25	0.625
	5	22	0.550		2	1	0.025
A05	1	1	0.025	A11	3	7	0.175
	3	1	0.025		4	12	0.300
	4	6	0.150		5	20	0.500
	5	32	0.800		3	2	0.050
A06	1	2	0.050	4	7	0.175	
	2	1	0.025	5	31	0.775	
	3	3	0.075				
	4	9	0.225				
	5	25	0.625				

Fonte: dados da pesquisa, 2025.

Conforme apresentado na tabela 1, que demonstra uma tendência geral fortemente positiva, observa-se que a afirmativa A02 (a presença de pequenas empresas cria um ambiente de esperança e vitalidade que incentiva a comunidade a prosperar) obteve o maior nível de concordância e consenso entre os participantes (92,5% no nível 5). Essa descoberta estatisticamente significativa indica que os pequenos empreendimentos locais



são amplamente percebidos como poderosos catalisadores de esperança e vitalidade comunitária, indicando que seu papel motivador e otimista é amplamente reconhecido.

Em contrapartida, a assertiva A06 (há um sentimento de orgulho na comunidade por ter empreendedores locais) se destaca por apresentar as opiniões mais diversas, com respostas distribuídas em todos os níveis da escala (de 1 a 5). Embora 62,5% dos respondentes tenham expressado orgulho (nível 5), os votos nos níveis 1 e 2 indicam que o sentimento de "orgulho comunitário" não é unânime. Essa variação sugere que, embora a presença dos pequenos negócios seja valorizada (A02), a construção desse orgulho se torna algo mais complexo, que pode ser influenciado por fatores como o sucesso do empreendedor, seu engajamento social ou sua visibilidade.

As afirmativas A04 (o apoio da comunidade às pequenas empresas promove um forte senso de pertencimento e solidariedade entre vizinhos) e A10 (o trabalho das pequenas empresas impacta positivamente os serviços públicos (educação, saúde, transporte)) chamam atenção por apresentarem menor concentração de concordância máxima, com 55,0% e 50,0% no nível 5, respectivamente. É necessário salientar que a assertiva A10 (a atuação dos pequenos empreendedores impacta positivamente os serviços públicos (educação, saúde, transporte)) foi a que registrou a segunda menor taxa de concordância total (50%) acompanhada de uma significativa taxa de respostas neutras (17,5%) indicando que, para uma parcela da comunidade, a conexão entre o empreendedorismo local e a melhoria de serviços como educação e saúde não é clara ou direta. O que pode ser verificado na tabela 2 a seguir:

Tabela 2 – Relação estatística das assertivas

	Mediana	Média	Coefficiente de Variação	Variação %	Mínimo	Máximo
A01	5.000	4.650	0.115	0.285	3.000	5.000
A02	5.000	4.900	0.077	0.144	3.000	5.000
A03	5.000	4.525	0.158	0.512	3.000	5.000
A04	5.000	4.450	0.152	0.459	3.000	5.000
A05	5.000	4.700	0.161	0.574	1.000	5.000
A06	5.000	4.350	0.247	1.156	1.000	5.000
A07	5.000	4.625	0.127	0.343	3.000	5.000
A08	5.000	4.450	0.190	0.715	1.000	5.000
A09	5.000	4.450	0.197	0.767	1.000	5.000
A10	4.500	4.275	0.198	0.717	2.000	5.000
A11	5.000	4.725	0.117	0.307	3.000	5.000

Fonte: dados da pesquisa, 2025.

A análise estatística descritiva (tabela 2) quantifica essas observações de frequência e confirma uma forte tendência central ascendente nas avaliações assertivas (A01 - A11), com a maioria dos valores da mediana centrados em torno do valor máximo de 5. O nível 5, correspondente ao "Concordo Totalmente", serve como limiar de distribuição, indicando que a percepção geral do impacto das iniciativas privadas é extremamente positiva.

A A02 surge como a assertiva com maior concordância e menor dispersão, apresentando a média mais alta (4,900) e o menor coeficiente de variação (0,077). O baixo



coeficiente de variância, aliado à baixa variância (0,144), é um aspecto surpreendente, indicando um consenso quase completo e uma distribuição bastante aberta em torno da mediana, confirmando sua posição como a percepção mais inquestionável entre os respondentes.

Em contraste, as assertivas A06 e A09 refletem os grupos de opinião mais variáveis e dispersos. A06 apresentou o menor valor médio (4,350) e o maior coeficiente de variação (0,247) e variância (1,156), indicando a maior discordância na amostra. A06 (há um sentimento de orgulho na comunidade por ter empreendedores locais) e A09 (pequenos negócios geram oportunidades para jovens permanecerem e trabalharem na comunidade), juntamente com A05 (os pequenos negócios ajudam a melhorar a qualidade de vida das famílias na região) e A08 (o crescimento dos pequenos negócios contribui para reduzir a migração de moradores para outras cidades), são os únicos que receberam votos no nível 1 (discordo totalmente) confirmando a existência de uma minoria que avalia de forma severamente negativa o impacto dos pequenos negócios na qualidade de vida, na migração e na geração de oportunidades para os jovens.

A análise de agrupamentos assertivos sobre os temas revela variações críticas na percepção da comunidade que vão além da avaliação de itens individuais. O primeiro tema, "Impacto Econômico e Qualidade de Vida" (A01, A05, A11), que inclui percepções de trabalho decente, qualidade e acesso a produtos, apresentou os maiores níveis de concordância (medianas entre 4,65 e 4,73). Isso indica um forte reconhecimento dos benefícios tangíveis e diretos sentidos nas condições materiais e econômicas da comunidade.

Em contraste, o tema 2, "Capital Social e Projeção Futura" (A02, A04, A06, A07, A08 e A09), apresenta uma percepção mais estruturada. Apesar dos altos níveis de otimismo e incentivos ao empreendedorismo, o orgulho coletivo é bem menor. A comunidade reconhece o potencial dos negócios para combater a pobreza rural (mediana de 4,45), mas a falta de respostas sugere uma realidade cautelosa, reconhecendo os desafios estruturais da migração e retenção de jovens.

Por fim, o terceiro tema, "Impacto nos Serviços Públicos" (A03, A10), revela uma nova fronteira de percepção. A afirmação sobre o compromisso do empresário em atender às necessidades locais (A03) apresenta um alto nível de concordância (4,53). No entanto, a afirmação (A10) que vincula o sucesso empresarial à melhoria dos serviços públicos é a mais fraca, indicando a falta de uma forte ligação entre o sucesso do setor privado e os serviços públicos.

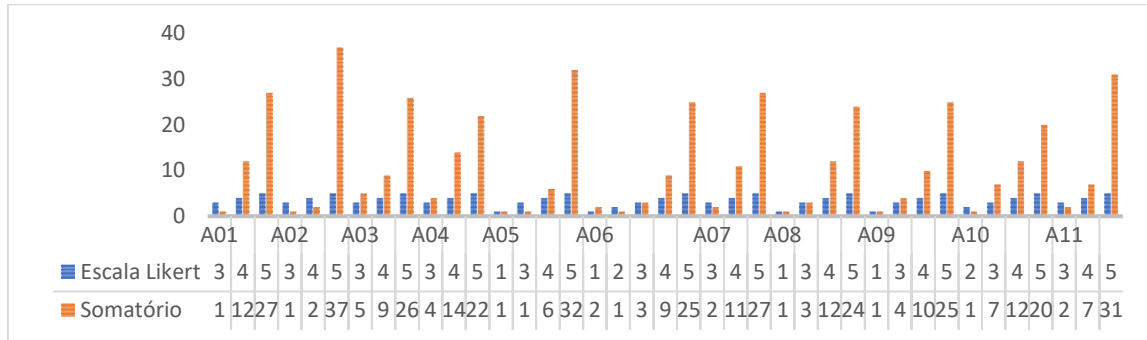
O que surpreende e chama atenção é a diferença de opinião observada no engajamento dos respondentes, quando fazemos uma análise das respostas individualmente. Os part. 03, 04, 10, 13 e 20 expressaram um alto nível de concordância, indicando "Concordo Totalmente" (nível 5). Em forte contraste, o part. 28 escolheu a escala "Discordo Totalmente" (nível 1) para quase todas as declarações de opinião. Este caso, mesmo isolado, se torna fundamental para evitar generalizações, nos aponta a visão de que o empreendedorismo local não é uma solução efetiva para os problemas comunitários e se torna uma crítica essencial para análises futuras

5. DISCUSSÃO

Para contextualizar a discussão, o gráfico 1 apresenta uma síntese do nível de concordância geral das 11 assertivas aplicadas (A1 a A11), ilustrando o forte consenso positivo da comunidade em relação ao impacto do empreendedorismo.



Gráfico 1 – Síntese do nível de concordância das assertivas



Fonte: dados da pesquisa, 2025

A A01 que diz respeito sobre a capacidade das pequenas empresas de proporcionar bons empregos e estabilidade socioeconômica obteve um consenso total de 67,5%. Esse fato valida não apenas a função econômica do empreendedorismo, mas também seu papel como fonte de estabilidade familiar, alinhando-se ao argumento de BRANCO (2025) sobre a mobilização do potencial econômico local como motor de crescimento e elevação dos padrões de vida. Os 32,5% de respostas com níveis de concordância inferiores servem como uma ressalva analítica, indicando que o potencial ainda enfrenta desafios estruturais e requer uma mudança cultural na comunidade para ser plenamente realizado.

Esta função primordial está consolidada na A06 (Qualidade de Vida) e na A12 (Facilitação do Dia a Dia). O elevado índice de concordância geral de 80% na A06 eleva as pequenas empresas à categoria de consultoras de bem-estar, além da geração de renda. Essa percepção é ainda mais profunda quando comparada aos relatos históricos de moradores mais antigos, que descreveram a difícil logística de deslocamento (60 km) para obter itens de primeira necessidade. A chegada dos primeiros pontos de comércio local, como destacado na A12 (95% de consenso), não foi apenas uma conquista econômica, mas também civilizacional. A tese de Gazolla *et al.* (2021) sobre a influência das fazendas familiares e a redução da distância entre produtor e consumidor é corroborada por sua resolução de um dor ancestral (isolamento logístico) resultando em ganhos significativos de tempo e dignidade.

As A02 e A03 enfatizam a dimensão aspiracional e o papel transformador das pequenas empresas. A quase unanimidade de respostas positivas em A2 (92,5%) indica que os participantes viam as empresas como agentes transformadores que trazem esperança, diversidade e oportunidades para o cenário social. A concordância em A3 sobre a importância das pequenas empresas para a vitalidade econômica e a identidade da comunidade reforça a noção de que o empreendedorismo é a força motriz por trás da prosperidade coletiva, conforme citado pela MAGALHÃES (2024).

No entanto, a discussão exige uma comparação dos dados com a realidade observada no campo. A forte crença na prosperidade potencial (A2) é contradita pelos relatos dos moradores sobre a falta de forte adesão da população às compras no mercado local. Essa discrepância entre crença e prática sugere que o otimismo é, em grande parte, uma expectativa futura projetada, em vez de uma realidade plenamente concretizada. O apoio é uma meta de desenvolvimento comunitário que enfrenta barreiras culturais, como não enxergar o valor do trabalho do vizinho, antes de se traduzir em um fluxo econômico estável.



A A04, que avalia o comprometimento do empreendedor e o bom atendimento, apresenta uma média alta (4.525) e 65% de concordância geral, indicando a qualidade do relacionamento cliente-empresa. No entanto, o peso do grupo neutro (12%) funciona como um indicador de confiança, indicando que experiências positivas não são universais e que a confiança deve ser constantemente cultivada. Os motivos para a neutralidade (experiências médias, baixa frequência de consumo) corroboram a perspectiva de Batista *et al.* (2023) sobre a importância das conexões para a sustentabilidade do empreendedorismo comunitário.

A A05 sugere que o apoio às empresas fortalece os laços comunitários e a solidariedade. Mesmo que 90% concordem pelo menos parcialmente, o fato de apenas 55% concordarem totalmente é bastante significativo. A baixa taxa geral de adesão indica que quase metade dos respondentes não transforma automaticamente as transações comerciais em dinheiro social ou sindical. O apoio é percebido como prático é mais próximo e mais rápido, o que o desconecta da amizade ativa e do sentimento de pertencimento. Outros elementos, como associação, celebrações e história compartilhada, ajudam a construir identidade e unidade. Os resultados apoiam a tese de Nunes e Karnopp (2015) de que o desenvolvimento local requer práticas participativas que vão além da mera compra, como a valorização de recursos culturais e naturais.

A A07, sobre orgulho de empreendedor, apresenta o maior nível de tensão e complexidade, com uma média mais baixa (4,35) e uma diferença geral de apenas 5%. Embora 62,5% se sintam orgulhosos, trata-se de uma emoção condicional e mais frágil do que a crença em outros benefícios. O orgulho parece estar separado da solidariedade, permitindo que os moradores distingam entre o sucesso de um empreendedor e a capacidade desse sucesso de melhorar a comunidade. O orgulho é uma emoção volátil que pode ser influenciada por relações de trabalho desiguais ou por uma percepção de riqueza insuficiente compartilhada com a comunidade, revelando falhas na coesão social idealizada.

Já a A08, que mede a capacidade de inspirar outros moradores, resume um dos consensos mais fortes do estudo (95% de concordância), sem discordâncias. Isso sugere que, apesar das limitações e do orgulho condicional (A07), o trabalho na comunidade é visto como uma fonte de motivação, e não como uma competição. De acordo com Siga (2021), a experiência de sucesso é um efeito demonstrativo essencial para o desenvolvimento em contextos rurais. O sucesso inspira a replicação, tornando o ambiente do Pendo "extremamente favorável" para novas iniciativas.

As A09 e A10 examinam o desafio mais significativo enfrentado pelas comunidades rurais. O alto consenso (90% em A09) indica que a maioria das pessoas acredita que os negócios são uma estratégia eficaz para evitar a recessão. No entanto, o nível geral de concordância é menor do que em A06 (qualidade de vida). Isso sugere que a comunidade está esperançosa, mas realista: ela reconhece o poder de negócios, mas reconhece que as oportunidades nas grandes cidades ainda são mais atraentes para uma parcela da população.

O foco nos jovens (A10) é significativo, visto que esse grupo é o mais vulnerável à migração. O otimismo (85,5% de concordância) é um pouco maior do que em A09, indicando que, embora as empresas contribuam, podem não ser suficientes ou na velocidade necessária para atender às necessidades das gerações futuras (tecnologia, lazer e serviços). A realidade dos moradores inspira a tese de Vasconcelos (2022) sobre os desafios da retenção de jovens no campo e o impacto de fatores que agravam a disponibilidade de empregos básicos. A valorização de espaços, como uma feira de



produtores, é vista como uma oportunidade para dar visibilidade e modernizar o empreendedorismo, atraindo jovens.

A A11 define os limites da ação privada na percepção da comunidade, vinculando o sucesso empresarial à melhoria dos serviços públicos. O resultado é o mais ambíguo: apenas 50% concordam no geral, e o peso de neutra (17,5%) é o mais significativo. Essa distribuição demonstra a compreensão dos moradores sobre suas responsabilidades, enquanto a produção privada de farinha de mandioca ou salgados não é vista como causa direta de melhoria da saúde ou do transporte escolar. A comunidade não rejeita a ideia, mas também não a apoia totalmente, indicando que a infraestrutura e os serviços públicos são, primordialmente, uma necessidade do Estado.

Os dados sugerem que o empreendedorismo local é mais do que apenas uma atividade econômica, sendo também um fator determinante da dignidade e da qualidade de vida. Essa percepção decorre da superação de uma vulnerabilidade histórica: o isolamento logístico e o acesso limitado a bens essenciais. Os altos níveis de concordância em relação à geração de trabalho decente (A01), à melhoria da qualidade de vida (A06) e à facilitação da vida diária (A12) demonstram que o surgimento do comércio local representou uma conquista civilizacional. Segundo BRANCO (2025) e GAZOLLA *et al.* (2021), o empreendedorismo em Penedo serviu como uma inovação logística que reduziu a distância entre os cidadãos e o consumo, transformando o esforço e o tempo dos moradores em dignidade e bem-estar.

O empreendedorismo possui um potencial incomparável. A comunidade deposita esperança e confiança em pequenas empresas (A02 e A03), vendo-as como agentes de transformação local. Essa projeção otimista fomenta um ambiente de apoio onde o sucesso de um empreendedor serve de inspiração e coragem para outros (A08), estabelecendo o conceito de demonstração de efeito (SIGA, 2021). No entanto, essa forte crença contrasta com as observações de campo de que os moradores acreditam no potencial coletivo, enquanto o apoio individual por meio do consumo local ainda está em seus estágios iniciais. Essa dissonância cognitiva mostra a prosperidade é vista como um potencial a ser alcançado, em vez de uma realidade plenamente estabelecida. Como resultado, o capital social é facilmente construído. A análise mostra que o apoio empresarial é frequentemente percebido de forma pragmática (por conveniência), em vez de como um ato que fortalece automaticamente os laços comunitários ou fomenta a solidariedade (A05). O empreendedorismo é uma força motriz para o desenvolvimento, mas a valorização cultural dos recursos indígenas continua sendo um desafio (NUNES; KARNOPP, 2015).

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao final desta pesquisa, levamos a evidência clara de que o empreendedorismo é uma raiz que gera futuro. Uma raiz que precisa ser mais regada pelo apoio da própria comunidade. O presente estudo teve como objetivo analisar a percepção dos moradores da comunidade rural de Penedo, Itamarandiba – MG, sobre os impactos sociais gerados pelo empreendedorismo local, buscando compreender como as iniciativas privadas contribuem para o desenvolvimento, a estabilidade e o bem-estar social em um contexto de limitações estruturais.

Os resultados mostram que o empreendedorismo local é visto como a principal fonte de dignidade e estabilidade socioeconômica na comunidade. A maioria concorda que as pequenas empresas desempenham um papel importante na criação de empregos



decentes, na melhoria da qualidade de vida e na quebra de barreiras logísticas, transformando rotinas e o acesso a bens essenciais. O sucesso dos empreendedores serve como uma poderosa demonstração de efeito, alimentando a esperança e inspirando novas iniciativas. No entanto, os dados revelaram tensões críticas: o otimismo é em parte aspiracional, levando ao consumo local, e a solidariedade e o orgulho são condicionais, limitados pela percepção de desigualdade na distribuição de benefícios.

Essas descobertas apoiam a proposição teórica de que o desenvolvimento deve ser impulsionado pela mobilização do potencial econômico local (BRANCO, 2025) e pelo uso do empreendedorismo como motor de crescimento (MAGALHÃES, 2024). O estudo apoia a noção de que a valorização dos recursos naturais e a criação de capital social são significativos para a sustentabilidade do desenvolvimento rural (NUNES; KARNOPP, 2015). No entanto, o estudo está alinhado com as perspectivas de Uabure *et al.* (2024) e Vasconcelos (2022), confirmando que a capacidade do empreendedorismo rural de superar a crise e promover o pleno desenvolvimento é limitada pela persistência de deficiências estruturais que são de responsabilidade do Estado.

Este trabalho contribui para a literatura sobre desenvolvimento rural e empreendedorismo rural no Brasil, fornecendo um estudo de caso empírico que detalha a percepção da comunidade. Ele oferece ideias práticas para gestores públicos e empreendedores, reconhecendo que o efeito social mais tangível reside na melhoria da logística e da qualidade de vida, em vez da formação imediata de capital social ou da resolução de problemas de infraestrutura de longo prazo.

No entanto, a presença de otimismo aspiracional nas respostas pode mascarar uma insatisfação genuína ou dificuldades com as práticas diárias. Além disso, o caráter exploratório do estudo não permitiu uma compreensão mais profunda das causas da dissonância entre a crença no potencial e o baixo consumo local, nem as razões detalhadas para o orgulho condicional em relação aos empreendedores bem-sucedidos.

Para estudos futuros, sugere-se realizar pesquisa qualitativa com empreendedores e moradores para examinar as barreiras culturais e os mecanismos de formação de preços que influenciam as decisões de compra locais (prática *versus* crença). Sugere-se ainda analisar a eficácia dos programas públicos de apoio ao empreendedorismo rural na região e sua capacidade de integrar pequenos produtores em cadeias de valor mais amplas, mitigando os efeitos da crise juvenil.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. Agricultura familiar e desenvolvimento territorial. **Reforma Agrária – Revista da Associação Brasileira de Reforma Agrária**, v. 28, n. 29, nº 1, 1999.

ALMEIDA JUNIOR, A. **Empreendedorismo e gestão como ferramentas da extensão rural e dos pequenos negócios associativos para a promoção do desenvolvimento rural sustentável**. 2021. Dissertação (Mestrado Profissional em Extensão Rural) - Universidade Federal Do Vale Do São Francisco, São Francisco, 2021.

BACELAR, T.; FAVARETO, A. O papel da agricultura familiar para um novo desenvolvimento regional no Nordeste—uma homenagem a Celso Furtado. **Revista Econômica do Nordeste**, v. 51, n. Suplemento Especial, p. 9-29, 2020.



BATISTA, M. L. P.; MACEDO, E. M.; BEZERRA, A. K. L.; DA SILVA, A. J.; DE BARROS, R. F. M. Comunidade rural do Nordeste brasileiro: um cenário de reflexão para a formulação de políticas de desenvolvimento local e empreendedorismo sustentável. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 57, n. 1, e-2022-0160, 2023.

BATISTA, M. L. P.; MACÊDO, E. M.; BEZERRA, A. K. L.; SILVA, A. J. D.; BARROS, R. F. M. D. Comunidade rural do Nordeste brasileiro: um cenário de reflexão para a formulação de políticas de desenvolvimento local e empreendedorismo sustentável. **Revista de Administração Pública**, v. 57, p. e-2022-0160, 2023.

BOSE, Mo. **Empreendedorismo social e promoção do desenvolvimento local**. 2013. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

BRANCO, J. F. M. **Desenvolvimento local e promoção do turismo no interior do Algarve Central**. 2025. Tese (Doutorado em Turismo e Comunicação) Universidade de Lisboa, Instituto de Geografia e Ordenamento do Território, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Lisboa, 2025.

BRASIL. do Conselho Nacional de Saúde. Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012. Dispõe sobre pesquisas e testes em seres humanos que devem atender aos fundamentos éticos e científicos. 2012. Disponível em: <https://conselho.saude.gov.br/resolucoes/2012/Reso466.pdf>. Acesso em: 23 jul 2025.

CENSO. Cidades e estados, Itamarandiba. <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/mg/itamarandiba.html>. Acesso em 23 jul 2025.

CIDADE BRASIL, Município de Itamarandiba, Minas Gerais. Disponível em: <https://www.cidade-brasil.com.br/municipio-itamarandiba.html>. Acesso em: 23 jul 2025.

DA SILVA, A. A.; SOARES, J. C. de O. Agricultura familiar e produção de alimentos no Brasil: impactos na segurança alimentar. **Geografia: Ambiente, Educação e Sociedades**, v. 1, n. 4, 2023.

DE CARVALHO, M. C. M. **Construindo o saber: metodologia científica-fundamentos e técnicas**. Papirus Editora, 2021.

DOS SANTOS, M. A. **Agricultura familiar em uma perspectiva tridimensional: um estudo na baixada fluminense**. 2023. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional E Sistemas Produtivos) - Centro Federal De Educação Técnica Celso Suckow Da Fonseca, Nova Iguaçu, 2023.

FARIAS, T. R.; LIRA, J. V. M.; DE CARVALHO, A. V.; DE SOUSA, W. L. Empreendedorismo feminino no desenvolvimento da agricultura familiar. **Revista Ciências da Sociedade**, v. 4, n. 7, p. 130-143, 2020.



FEIJÓ, A. M. VICENTE, E. F. R.; PETRI, S. M. O uso das escalas Likert nas pesquisas de contabilidade. **Revista Gestão Organizacional**, v. 13, n. 1, p. 27-41, 2020.

GAZOLLA, M.; DENGGO, M. B.; PERONDI, M. A. Inovação no desenvolvimento rural e regional: o caso das novidades multidimensionais das agroindústrias familiares. **Desenvolvimento em Questão**, v. 19, n. 56, p. 74-95, 2021.

GERRING, J. **Pesquisa de estudo de caso: princípios e práticas**. Editora Vozes, 2019.

MAGALHÃES, M. F. **Economia circular no contexto do empreendedorismo rural: um estudo em assentamentos de agricultores familiares**. 2024. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Nove de Julho, São Paulo.

MAGALHÃES, M. F.; BEZERRA, C. M. da S.; RAMOS, H. R. O empreendedorismo rural sustentável e a agricultura familiar: uma análise temática da literatura. **Revista de Gestão e Secretariado**, v. 14, n. 7, p. 11960-11988, 2023.

MÁQUINA, D. A.; UABURE, A. M. T.; MANHIÇA, C. J.; CHIBONA, J. L.; ARMANDO, T. A.; NAMUHESSA, D. D.; PERREIRA, A. A. Análise das barreiras que influenciam na transformação do agricultor do setor familiar em empreendedor rural no contexto Moçambicano. **Revista Científica Acertte**, v. 4, n. 8, p. e48202-e48202, 2024.

MOREIRA, M. **Efeitos do cooperativismo na qualidade de vida dos produtores rurais em um município da região Noroeste Capixaba**. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Instituto Federal do Espírito Santo, São Francisco, Espírito Santo, 2024.

NOGUEIRA-MARTINS, M. C. F.; BOGUS, C. M. Considerações sobre a metodologia qualitativa como recurso para o estudo das ações de humanização em saúde. **Saúde e Sociedade**, São Paulo, v. 13, n. 3, p. 44-57, 2004.

PEREIRA, R. I. C. dos S. A. **Diálogos entre o desenvolvimento local e comunitário e o ubuntu: Caminhos alternativos à perspectiva dominante do desenvolvimento**. 2023. Dissertação (Mestrado em Estudos de Desenvolvimento) Iscte - Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2023.

QUINTO, L. B.; MARCHI, J.; SOARES, A. P. Agricultura Familiar, Economia Circular e Empreendedorismo Rural: Um Estudo Bibliométrico entre os anos de 2018 a 2021. **Revista Estudo & Debate**, v. 29, n. 3, 2022.

RAMOS, G. F.; STOFFEL, J.; RAMBO, A. G. A contribuição da agricultura familiar para o desenvolvimento rural sustentável: um estudo de caso em Jóia/RS/Brasil. **Desenvolvimento em Questão**, v. 22, n. 60, p. 0-0, 2024.

RAMOS, G. F.; STOFFEL, J.; RAMBO, A. G. A contribuição da agricultura familiar para o desenvolvimento rural sustentável: um estudo de caso em Jóia/RS/Brasil. **Revista Desenvolvimento em Questão**, v. 22, n. 60, p. 1-27, 2024.



RICHARDSON, R. J.; PERES, J. D. S.; WANDERLEY, J.; CORREIA, L.; PERES, M. D. H. D. M. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

SIGA, B. **Desenvolvimento nas regiões do norte da Guiné-Bissau: um olhar sobre o empreendedorismo rural**. 2021. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional E Agronegócio) - Universidade Estadual Do Oeste Do Paraná, Paraná, 2021.

UABURE, A. M. T.; MANHIÇA, C. J.; NAMUHESSA, D. D. D.; PERREIRA, A. A.; NICAQUELA, M. P.; ESTEVÃO, F.; MÁQUINA, D. A. Análise das barreiras que influenciam na transformação do agricultor do sector familiar em empreendedor rural no contexto Moçambicano. **Lumen Et Virtus**, v. 15, n. 41, p. 5018-5032, 2024.

VASCONCELOS, R. O. **Empreendedorismo rural como mecanismo de desenvolvimento: limites à realidade da agricultura familiar em Sergipe**. 2019. Tese (Doutorado em Geografia) - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2019.

VASCONCELOS, C. T. D. **Desafios da permanência e da sucessão rural dos jovens no campo: a política pública de promoção do acesso à terra em duas regiões no estado de Minas Gerais**. 2022. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) - Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2022.