



UNIVERSIDADE FEDERAL DO NORTE DO TOCANTINS
CENTRO DE CIÊNCIAS INTEGRADAS
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA

Adriele Aguiar Sousa

Desafios enfrentados pelos empreendedores do setor de serviços em Araguaína:
análise dos obstáculos e estratégias para o empreendedorismo local

Araguaína/TO

2025

Adrielle Aguiar Sousa

Desafios enfrentados pelos empreendedores do setor de serviços em Araguaína:
análise dos obstáculos e estratégias para o empreendedorismo local

Artigo apresentado à Universidade Federal do
Norte do Tocantins (UFNT), para obtenção do título
de Tecnólogo em Logística.

Orientador: Dr. David Gabriel de Barros Franco.

Araguaína/TO
2025

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Geração de Ficha Catalográfica SGFC-UFNT
Gerado automaticamente mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

A283d Aguiar Sousa, Adriele .

Desafios enfrentados pelos empreendedores do setor de serviços em Araguaína: análise dos obstáculos e estratégias para o empreendedorismo local / Adriele Aguiar Sousa. - Centro de Ciências Integradas - CCI, TO, 2025.

38 f.

Artigo de Graduação (Graduação - em Logística) -- Universidade Federal do Norte do Tocantins, 2025.

Orientador: David Gabriel de Barros Franco.

1. Economia Local. 2. Estratégia de Negócio. 3. Sustentabilidade Empresarial.

CDD 658.5

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

Adriele Aguiar Sousa

Desafios enfrentados pelos empreendedores do setor de serviços em Araguaína:
análise dos obstáculos e estratégias para o empreendedorismo local

Artigo avaliado e apresentado à Universidade Federal do Norte do Tocantins (UFNT), Centro de Ciências Integradas (CCI), curso de Tecnologia em Logística. Foi avaliado para a obtenção do título de Tecnólogo em Logística e aprovado em sua forma final pelo orientador e pela banca examinadora.

Data de aprovação: 12 / 06 / 2025

Banca Examinadora:

Prof. Dr. David Gabriel de Barros Franco – Orientador (UFNT)

Prof. Dr.^a Angelita de Oliveira Almeida – Membro interno (UFNT)

Prof. Me. Leonardo Pinheiro da Silva – Membro interno (UFNT)

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, a mim por não ter desistido, a minha mãe por ter sido meu alicerce nos dias difíceis e a todos que contribuíram de alguma forma para a conclusão do mesmo.

AGRADECIMENTOS

Muitas pessoas contribuíram para a realização deste trabalho e merecem um agradecimento especial: Meu orientador Dr. David Gabriel de Barros Franco, por ter me aceitado como orientanda e por ter me ajudado neste caminho, e pela sua enorme paciência comigo. A minha noiva, que me apoiou e permaneceu firme durante minhas ausências e algumas noites em claro. Aos meus familiares e amigos, que me incentivaram com seu carinho e que tiveram uma enorme paciência em me ouvir e ajudar no que podiam. E, finalmente, aos entrevistados, que se colocaram à disposição em doar seu tempo e suas experiências para que eu pudesse realizar este trabalho.

RESUMO

O empreendedorismo no setor de serviços tem um papel fundamental na economia brasileira e global. O presente estudo apresenta os principais desafios enfrentados pelos empreendedores no setor de serviços na cidade de Araguaína, Tocantins. A pesquisa foi realizada através de uma abordagem qualitativa, utilizando um questionário eletrônico para a coleta dos dados. A pesquisa envolveu 25 empreendedores do município, com diferentes idades e diferentes ramos de atuação. Os empreendedores enfrentam diversos desafios nos seus empreendimentos, porém conseguem adotar estratégias inovadoras para se manterem no mercado. O estudo destaca a falta de políticas públicas que possam dar apoio aos empreendedores, principalmente nas áreas de promoção da cultura e educação empreendedora. Por fim, pesquisas como essa são essenciais para monitorar a evolução do mercado e ações governamentais, buscando verificar o progresso econômico e social da região ao longo do tempo.

Palavras-chave: Economia Local. Estratégia de Negócio. Sustentabilidade Empresarial. Pesquisa de Mercado.

ABSTRACT

Entrepreneurship in the service sector plays a fundamental role in the Brazilian and global economy. This study presents the main challenges faced by entrepreneurs in the service sector in the city of Araguaína, Tocantins. The research was conducted using a qualitative approach, using an electronic questionnaire to collect data. The study involved 25 entrepreneurs from the city, of different ages and from different areas of activity. Entrepreneurs face several challenges in their ventures, but they manage to adopt innovative strategies to remain in the market. The study highlights the lack of public policies that can support entrepreneurs, especially in the areas of promoting entrepreneurial culture and education. Finally, research like this is essential to monitor market developments and government actions, seeking to verify the economic and social progress of the region over time.

Keywords: *Local Economy. Business Strategy. Corporate Sustainability. Market Research.*

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	REFERENCIAL TEÓRICO	10
2.1	Gestão de Serviços	10
2.2	Gestão Estratégica.....	12
2.3	Empreendedorismo	13
3	METODOLOGIA	15
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES	17
4.1	Perfil do Empreendedor	17
4.2	Percepções sobre o Empreendedorismo	19
4.3	Manutenção e Sustentabilidade do Negócio	23
4.4	Inovação e Adaptação	24
4.5	Relacionamento com Clientes e Marketing	26
4.6	Suporte Institucional e Governamental	26
5	CONCLUSÕES	27
	REFERÊNCIAS	29
	APÊNDICE	33

1 INTRODUÇÃO

O setor de serviços é um dos pontos fundamentais para o crescimento econômico de qualquer cidade, sendo uma das áreas com maior potencial de crescimento e geração de empregos. Em Araguaína, cidade do estado do Tocantins, o setor de serviços tem sido muito importante para o movimento da economia local, representando 53,4% (22.110 pessoas empregadas) do total de empregados em 2022, o que representa um crescimento de 59,7% em relação a 2021 (SEBRAE, 2025).

No entanto, o empreendedorismo nesse setor enfrenta uma série de desafios específicos, que envolvem desde a falta de infraestrutura adequada até a falha na capacitação profissional e dificuldades no acesso a financiamentos. Além disso, a concorrência acirrada e a necessidade constante de inovação colocam à prova a capacidade dos empreendedores de se adaptarem às mudanças e demandas do mercado (Shane e Baron, 2007).

Para superar esses obstáculos, é fundamental que os empreendedores locais adotem estratégias que envolvam a modernização da gestão, o investimento em tecnologia e a busca por parcerias que possam fortalecer seus negócios. A análise desses desafios e as possíveis estratégias de superação são essenciais para a promoção de um ambiente mais favorável ao empreendedorismo em Araguaína, contribuindo não apenas para o crescimento das empresas, mas também para a melhoria da qualidade de vida da população local (Freitas e Granetto, 2023).

Diante desse cenário, surge a seguinte questão-problema: quais são os principais desafios enfrentados pelos empreendedores no setor de serviços de Araguaína e como esses desafios impactam na manutenção desses negócios no mercado local?

O objetivo geral da pesquisa é analisar os principais desafios enfrentados pelos empreendedores no setor de serviços de Araguaína e avaliar como esses desafios influenciam na manutenção e sustentabilidade dos negócios no mercado local.

Os objetivos específicos são:

- i. Identificar os principais desafios enfrentados pelos empreendedores no setor de serviços de Araguaína.
- ii. Analisar como esses desafios afetam a manutenção dos negócios no mercado local.

- iii. Investigar as dificuldades relacionadas ao apoio institucional a pequenos negócios.

Araguaína vem ganhando notoriedade no cenário empreendedor do Norte brasileiro, oferecendo um terreno fértil para o crescimento de empresas, sobretudo na área de serviços (Araguaína, 2023). Contudo, mesmo com o suporte institucional de iniciativas como Sebrae e Sala do Empreendedor, os empreendedores ainda lidam com obstáculos importantes, como a administração eficaz de suas empresas, a concorrência acirrada e a busca por recursos financeiros (Sebrae, 2022). Assim, o presente trabalho se justifica, primeiramente, pela contribuição à literatura sobre o tema e por sua contribuição à prática empreendedora local, identificando gargalos e propondo estratégias que poderão ser adotadas por prestadores de serviço na busca pela vantagem competitiva.

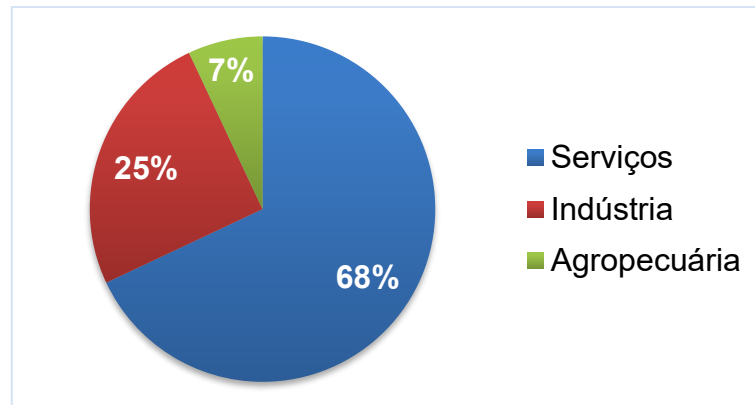
2 Referencial teórico

2.1 Gestão de Serviços

Nos países desenvolvidos, o setor de serviços desempenha um papel central na dinâmica econômica. A relevância desse setor é frequentemente demonstrada por meio de indicadores como sua expressiva participação tanto na geração de empregos quanto na criação de riqueza, aspectos que são refletidos diretamente na composição do Produto Interno Bruto (PIB). Esses dados evidenciam a importância estratégica dos serviços para o desenvolvimento e a sustentabilidade das economias modernas (Corrêa e Caon, 2012).

Nos últimos anos, o setor de serviços consolidou-se como o principal motor da economia nacional, abrangendo atividades como comércio, transportes, comunicações, serviços financeiros, educação, saúde, entre outros. Atualmente, esse setor representa aproximadamente 68% do PIB brasileiro, evidenciando sua relevância não apenas na geração de riqueza, mas também na criação de empregos e no dinamismo do mercado interno. O Gráfico 1 evidencia a importância do setor de serviços na economia brasileira.

Gráfico 1 – Composição do PIB brasileiro.



Fonte: IBGE (2025).

Essa expressiva participação reflete transformações estruturais na economia, impulsionadas pela urbanização, mudanças nos padrões de consumo e pelo aumento da demanda por serviços especializados, tornando o setor de serviços fundamental para o crescimento e a sustentabilidade econômica do Brasil (Considera e Trece, 2021).

A gestão de serviços é fundamental para empresas que buscam excelência no atendimento ao cliente e eficiência operacional. A gestão de serviços vai muito além de vender um produto ou fechar uma venda. Ela é uma forma de pensar e agir estrategicamente, focada em entregar cada vez mais valor para o cliente. Isso começa lá atrás, quando a empresa entende de verdade o que o cliente precisa e vai até a entrega de soluções feitas sob medida (Kotler, 2006).

O maior objetivo é garantir que o cliente tenha uma ótima experiência, não só exercer o que foi proposto, mas ir além. Essa área funciona da seguinte forma: processos claros e organizados, pessoas preparadas, tecnologia funcionando e informações fluindo. Tudo isso junto permite que a empresa não só resolva os problemas de agora, mas também esteja pronta para o que ainda está por vir, ficando à frente e inovando em vez de só reagir (Pine e Gilmore, 2011).

As atividades de serviços exercem três tipos de papéis dentro da atividade produtiva: apoio à criação de diferencial competitivo em relação à concorrência, principalmente no atendimento ao cliente, adicionando valor ao produto comercializado; suporte às atividades de manufatura, com operações de serviços, como recursos humanos, manutenção, processamento de dados, entre outros; e

geração de lucro, ultrapassando o mero apoio e se tornando centros de lucratividade própria da empresa, principalmente em funções de gestão (Corrêa e Caon, 2012).

No contexto do setor de serviços, a criação de valor para o cliente e a busca por maior eficiência no uso dos recursos devem estar sempre alinhadas a uma orientação estratégica clara. A direção estratégica é fundamental para guiar as operações, assegurando que fatores externos, como o ambiente competitivo, órgãos reguladores e as demandas da sociedade, sejam devidamente considerados no processo decisório. Dessa forma, a gestão estratégica permite que as organizações de serviços antecipem desafios, ajustem suas ações conforme as mudanças do mercado e mantenham o foco em seus objetivos de longo prazo, promovendo uma atuação sustentável e competitiva (Chiavenato, 2007).

2.2 Gestão Estratégica

A gestão estratégica é um campo dinâmico e multifacetado, frequentemente influenciado por modismos que levam empresas e organizações a reformularem suas abordagens de forma abrupta, mesmo quando essa gestão não está formalmente estruturada. Na prática, a experiência demonstra que a percepção e a liderança dos executivos ou empreendedores frequentemente têm maior impacto no sucesso organizacional do que a aplicação rigorosa de metodologias específicas (Lacombe, 2015). Ela que conecta a visão de futuro da organização às suas decisões no presente. Segundo Fahey (1999):

Gestão estratégica é o nome do desafio mais importante, árduo e abrangente com que se defronta qualquer organização privada ou pública: de que maneira estabelecer as bases para o êxito de amanhã e ao mesmo tempo competir para vencer nos mercados de hoje. A vitória no presente não é o bastante; a não ser que, simultaneamente, as sementes do êxito de amanhã também estejam sendo plantadas e cultivadas, a empresa não terá futuro. (Fahey, 1999, p.15)

De acordo com Costa (2007), a gestão estratégica pode ser entendida como um processo de transformação organizacional orientado para o futuro, conduzido pela alta administração com a colaboração da média gerência, supervisores, funcionários e demais colaboradores.

De forma mais detalhada, a gestão estratégica envolve três elementos fundamentais: análise sistemática do ambiente, formulação da estratégia e

implementação da estratégia. A análise ambiental compreende o exame dos fatores internos (forças e fraquezas) e externos (oportunidades e ameaças), frequentemente estruturados na matriz SWOT, que orienta a organização na identificação dos fatores estratégicos mais relevantes para seu futuro (Junkes *et al.*, 2024).

A formulação da estratégia consiste na definição das ações necessárias para alcançar os objetivos organizacionais, enquanto a implementação requer a execução dessas ações com controle e monitoramento contínuos para garantir que os resultados desejados sejam alcançados (Gonçalves *et al.*, 2017).

Além disso, a gestão estratégica busca unir os esforços das diversas áreas da organização, passando por cima do individualismo entre os departamentos e impulsionando uma visão global que liga os interesses de todos os envolvidos (*stakeholders*), incluindo acionistas, clientes e colaboradores. Essa integração é fundamental para criar um sistema de gestão alinhado, que favoreça a adaptação e o aprendizado organizacional contínuo (Costa, 2007).

Por fim, é importante destacar que a gestão estratégica não é um processo estático ou puramente prescritivo. Conforme apontado por Mintzberg (2007), a previsibilidade total é uma falácia, pois o ambiente organizacional é dinâmico e sujeito a reações concorrenciais imprevisíveis. Então, a gestão estratégica deve ser flexível, adicionando a análise e opinião dos líderes para navegar pelas incertezas e garantir a sustentabilidade e o sucesso da organização no longo prazo.

Essa visão ampliada da gestão estratégica evidencia sua complexidade e a necessidade de uma abordagem integrada, que combine análise rigorosa, formulação cuidadosa e implementação eficaz, sempre alinhada à liderança e à cultura organizacional (Rodrigues, 2014).

2.3 Empreendedorismo

O empreendedorismo pode ser compreendido não apenas como a criação de novos negócios, mas como uma mentalidade orientada para oportunidades, inovação e transformação. Dornelas (2001) define o empreendedor como aquele que executa transformações, acredita em sua visão e trabalha para realizá-la, mesmo diante de incertezas. Essa visão é corroborada por abordagens contemporâneas, que descrevem o empreendedorismo como um modo de pensar voltado para identificar oportunidades onde outros veem problemas, buscando inovar e transformar a

realidade. Assim, o empreendedorismo vai além do simples ato de abrir empresas: envolve liderança, capacidade de adaptação e disposição para assumir riscos em prol da criação de valor (Dornelas, 2001).

O Brasil apresenta um ambiente fértil para o empreendedorismo, com um dos maiores potenciais mundiais para o desenvolvimento de novos negócios, ficando atrás apenas dos Estados Unidos em iniciativas e programas voltados ao tema (Dornelas, 2008). O crescimento do empreendedorismo no país é impulsionado tanto pela necessidade quanto pela oportunidade: crises econômicas recentes levaram milhões de brasileiros a buscar alternativas de renda por meio do próprio negócio, enquanto mudanças culturais e institucionais vêm estimulando uma mentalidade mais empreendedora (Amorim, 2018).

Instituições como o Sebrae e a Softex, criadas na década de 1990, desempenharam papel fundamental ao oferecer suporte, consultoria e capacitação para pequenos empreendedores, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social do país. Ainda assim, apesar do forte perfil empreendedor da população, persistem desafios estruturais, como burocracia excessiva, alta carga tributária, dificuldade de acesso a crédito e carência de políticas públicas eficazes para transformar ideias em negócios sustentáveis (Rosa, 2015).

Os pequenos empreendedores enfrentam uma série de desafios que vão desde questões econômicas até barreiras operacionais e regulatórias (Rizzi, 2019):

- **Acesso a financiamento:** Dificuldade em obter crédito devido à falta de garantias, histórico ou exigências bancárias rigorosas, o que limita investimentos em inovação e crescimento.
- **Concorrência de mercado:** Competição intensa com grandes empresas, que dispõem de mais recursos e tecnologia, exigindo dos pequenos negócios maior criatividade e foco em nichos ou diferenciação pelo atendimento.
- **Gestão de recursos:** Limitações financeiras e de pessoal dificultam a otimização de processos e a atração de talentos, podendo resultar em sobrecarga e menor capacidade de resposta ao mercado.
- **Adoção de tecnologia:** O alto custo e a falta de conhecimento dificultam a incorporação de soluções tecnológicas, essenciais para aumentar a eficiência e a competitividade.

- **Burocracia e regulamentação:** O ambiente regulatório brasileiro é complexo, exigindo tempo e recursos para lidar com licenças, tributos e legislações trabalhistas, o que pode comprometer a sobrevivência do pequeno negócio.

Apesar dos obstáculos, o empreendedorismo no Brasil é uma importante fonte de geração de empregos, inovação e renovação econômica. Novos negócios têm contribuído significativamente para a criação de postos de trabalho, especialmente em tempos de retração do emprego formal. Além disso, a disseminação da educação empreendedora, com iniciativas em escolas e universidades, tem potencial para ampliar o perfil inovador e qualificado dos futuros empreendedores (Amorim, 2018).

A busca por soluções inovadoras, o investimento em capacitação e a adoção de modelos de negócios mais flexíveis e adaptáveis são caminhos promissores para superar desafios e aproveitar as oportunidades do mercado. O fortalecimento de políticas públicas, a redução da burocracia e o incentivo à pesquisa e ao desenvolvimento são fundamentais para que o empreendedorismo brasileiro avance em qualidade e impacto (Alves *et al.*, 2021).

3 METODOLOGIA

Para aquisição dos dados, buscou-se informações sobre os desafios nos setores de serviços na cidade de Araguaína, no estado do Tocantins. A pesquisa foi realizada através de um questionário com questões de múltiplas escolhas e discursivas para empreendedores do município, com foco na obtenção de informações quali-quantitativa sobre as dificuldades no setor de empreendedorismo local.

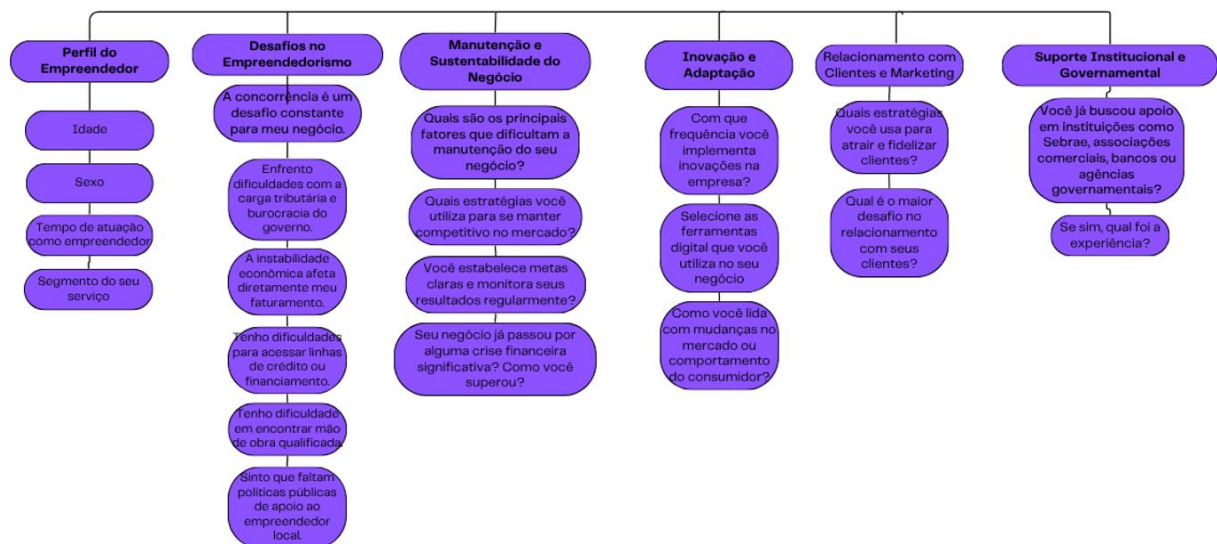
Araguaína, que está localizada no estado do Tocantins, tem uma população com cerca de 171.301 habitantes em 2022, com uma densidade demográfica de 42,78 habitantes por km² e um PIB per capita de R\$28.129,89 em 2021 (IBGE, 2023). Possui uma economia diversificada, com destaque para os setores do comércio, serviços, agricultura e pecuária, e que tem se destacado por incentivar o empreendedorismo local (Araguaína, 2023).

Segundo Gil (2024), pesquisa qualitativa e quantitativa são abordagens distintas, mas complementares na pesquisa científica. A pesquisa quantitativa foca na mensuração e análise estatística de dados numéricos, buscando generalizações e relações causais. Já a pesquisa qualitativa explora significados, interpretações e

contextos, utilizando métodos como entrevistas e observações para compreender a complexidade dos fenômenos sociais.

Como ferramenta, essa pesquisa fez uso de um questionário estruturado com perguntas sobre as dificuldades dos setores de serviços no empreendedorismo local, dividido em seis seções (perfil do empreendedor; desafios no empreendedorismo; manutenção e sustentabilidade do negócio; inovação e adaptação; relacionamento com clientes e marketing; suporte institucional e governamental), e analisa as experiências e percepções das pessoas envolvidas. Os ramos de atividade dos entrevistados foram beleza, alimentação, pintura e roupas e acessórios. A Figura 1 apresenta a estrutura do questionário utilizado na pesquisa através de um fluxograma e o Apêndice A mostra sua estrutura completa.

Figura 1 – Estrutura do questionário utilizado.



Fonte: elaboração própria (2025).

O uso de questionários oferece diversas vantagens, como a possibilidade de alcançar um grande número de pessoas, mesmo em áreas geográficas amplas, além de reduzir os custos com pessoal, pois dispensa o treinamento de pesquisadores. Os questionários também garantem o anonimato dos respondentes, podem ser respondidos no momento mais conveniente para cada pessoa e evitam a influência das opiniões ou da aparência do entrevistador, proporcionando maior imparcialidade nas respostas (Gil, 2024).

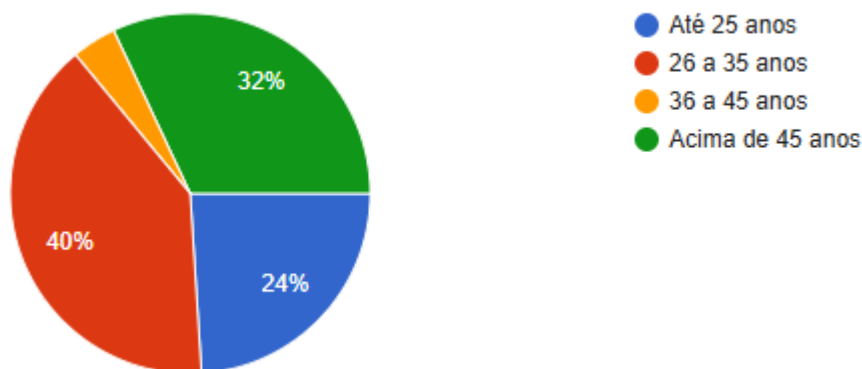
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A pesquisa foi respondida por 25 empreendedores da cidade de Araguaína, no período compreendido entre 14 de maio e 25 de maio de 2025.

4.1 Perfil do Empreendedor

Com base na pesquisa realizada, 40% dos entrevistados estão com idade acima de 26 a 35 anos, enquanto 32% têm idade acima de 45 anos, 24% deles têm até 25 anos de idade e 4% estão entre 36 a 45 anos de idade, conforme apresentado no Gráfico 2.

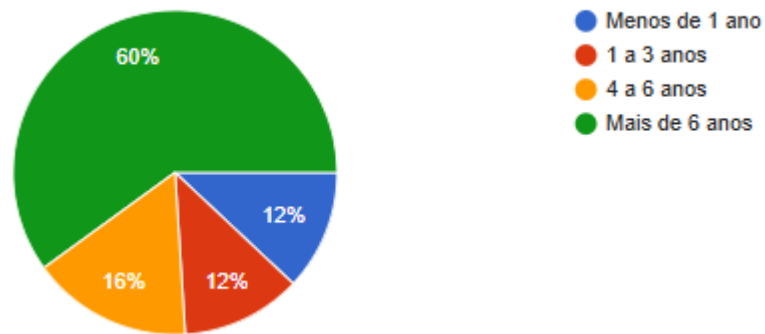
Gráfico 2 – Idade dos entrevistados



Fonte: elaborado pela autora (2025).

A pesquisa apontou que 56% dos entrevistados eram do sexo feminino e 44% do sexo masculino. Quanto ao tempo de atuação empreendedora 60% dos entrevistados possuem mais de 6 anos na área, 16% têm entre 4 e 6 anos de atividades, 12% têm entre 1 e 3 anos e por fim outros 12% estão com menos de 1 ano de atuação, como mostra o Gráfico 3.

Gráfico 3 – Tempo de atuação no negócio.

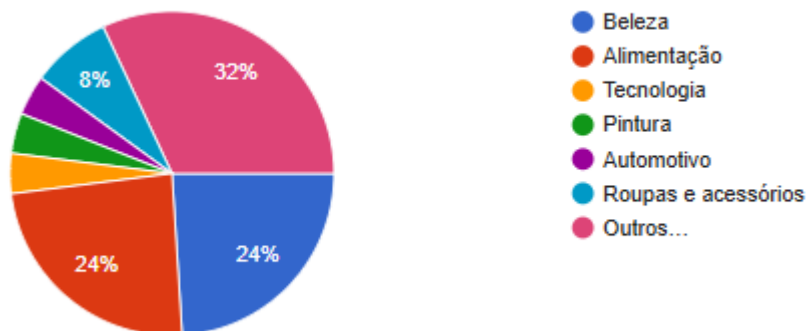


Fonte: elaborado pela autora (2025).

Do público entrevistado, a maioria apresentou mais de 6 anos de experiência empreendedora, o que pode gerar maior confiabilidade dos resultados quanto à análise dos desafios nessa área. Segundo o Sebrae (2023a), existe uma maior taxa de falência em empresas com até cinco anos no país, com comércio liderando entre os setores.

A pesquisa apontou que 32% dos entrevistados atuam em outros ramos, não listados no questionário, 24% atuam no ramo de beleza e 24% estão atuando com alimentação. Os demais setores (tecnologia, pintura, automotivo e vestuário) representam 20% da amostra. Essa diversidade de segmentos de mercado pode apresentar situações e desafios diferentes em cada área. O Gráfico 4 ilustra a diversidade de setores dos respondentes.

Gráfico 4 – Segmentação do público entrevistado.



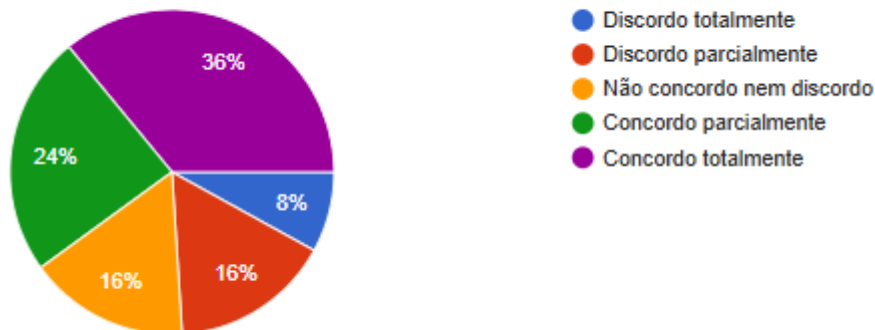
Fonte: elaborado pela autora (2025).

Esses dados mostram que há uma grande diversidade de atuações que podem indicar como o empreendedorismo é diverso, e como isso pode influenciar no mercado, contribuindo com o crescimento econômico do município e aumentando sua capacidade de gerar riqueza (Giovanini *et al.*, 2022).

4.2 Percepções sobre o Empreendedorismo

A análise dos dados revelou que 36% dos respondentes concordam totalmente que enfrentam dificuldades relacionadas à carga tributária e à burocracia governamental, enquanto 24% concordam parcialmente, 16% discordam parcialmente, 16% nem concordam e nem discordam e 8% discordam totalmente, como mostra o Gráfico 5. Esses resultados indicam que os tributos e os trâmites burocráticos constituem obstáculos significativos à atividade empreendedora, corroborando estudos anteriores (Machado *et al.*, 2008).

Gráfico 5 – Carga tributária e burocracia do governo.

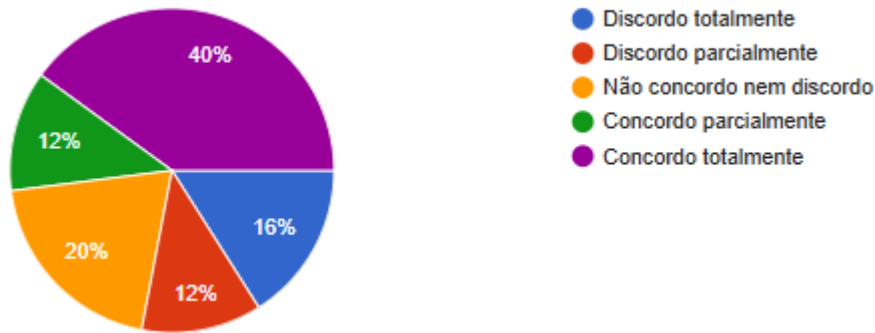


Fonte: elaborado pela autora (2025).

Em relação ao acesso a linhas de crédito, 40% dos entrevistados relataram total concordância quanto à existência de dificuldades, 20% se posicionaram de forma neutra, 16% discordaram totalmente, enquanto 12% discordam parcialmente e 12% concordaram parcialmente sobre as dificuldades enfrentadas em acesso a linhas de crédito e financiamentos, evidenciando uma percepção dividida quanto à facilidade de obtenção de crédito no ambiente empresarial, conforme apresentado no Gráfico 6. No panorama nacional, apenas cerca de 7% dos pequenos negócios tomam empréstimos

junto aos bancos privados e 4% junto aos bancos públicos, enquanto 40% utilizam o cartão de crédito para financiar o próprio negócio (Sebrae, 2023b).

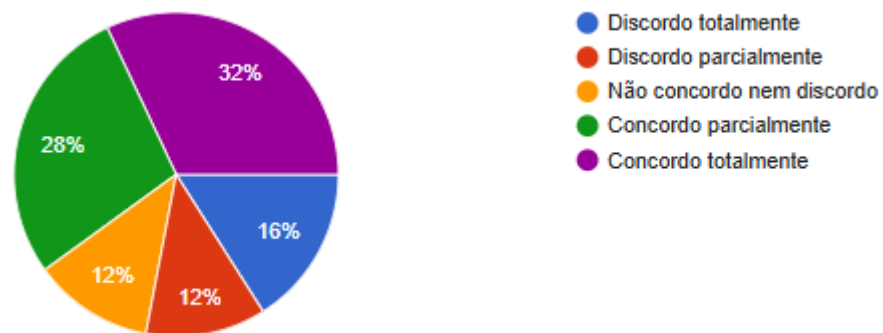
Gráfico 6 – Linhas de crédito e financiamento.



Fonte: elaborado pela autora (2025).

Os dados da pesquisa indicam que 32% dos respondentes concordam totalmente que a concorrência representa um desafio constante em seus negócios, enquanto 28% concordam parcialmente, 16% discordam totalmente, 12% mantêm posição neutra e 12% discordam parcialmente. Esses resultados sugerem que a percepção da concorrência como fator crítico varia entre os empreendedores, embora uma maioria reconheça sua relevância. O Gráfico 7 ilustra os resultados dos entrevistados nesse quesito.

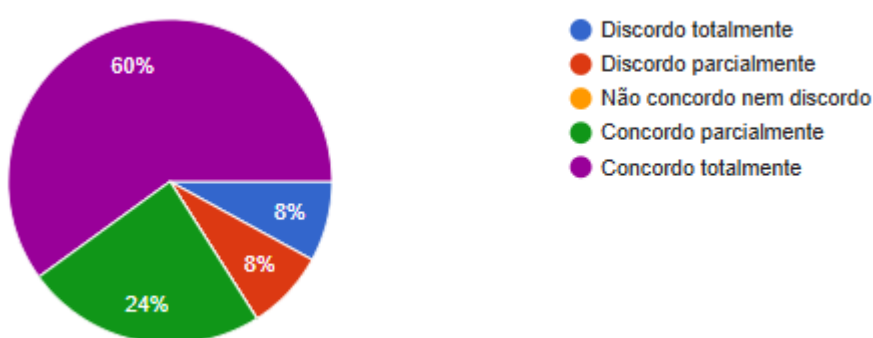
Gráfico 7 – Concorrência.



Fonte: elaborado pela autora (2025).

No que se refere à influência da instabilidade econômica sobre o faturamento empresarial, 60% dos entrevistados concordam totalmente com essa afirmação e 24% concordam parcialmente, 8% discordam parcialmente e os outros 8% discordam totalmente, evidenciando uma forte percepção de que fatores macroeconômicos exercem impacto direto sobre o desempenho financeiro das empresas, como mostrado no Gráfico 8.

Gráfico 8 – Instabilidade econômica.

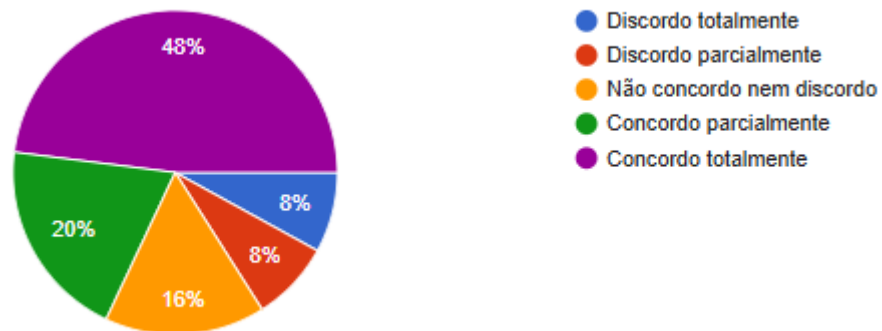


Fonte: elaborado pela autora (2025).

A literatura mostra que crises financeiras, como a causada pela pandemia de COVID-19, impõem desafios significativos aos empreendedores, principalmente dificuldades financeiras. Essas adversidades afetam as estratégias de divulgação de produtos e serviços, relacionamento com clientes e fornecedores, eficiência da cadeia de suprimentos, entre outros fatores, exigindo adaptações para manter a competitividade. Apesar dos obstáculos, os estudos ressaltam que períodos de crise também podem abrir oportunidades para inovação e reestruturação dos negócios (Castro *et al.*, 2021).

A pesquisa aponta que 48% das pessoas entrevistadas concordam totalmente que há uma grande dificuldade em encontrar mão de obra qualificada, 20% concordam parcialmente, 16% se mantêm neutras quanto a essa questão, 8% discordam parcialmente e os outros 8% discordam totalmente. O Gráfico 9 apresenta esses dados.

Gráfico 9 – Mão de obra qualificada.

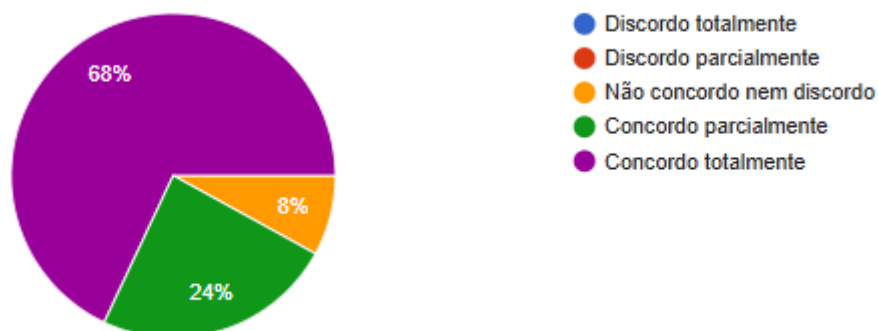


Fonte: elaborado pela autora (2025).

Dados da literatura corroboram esses resultados, mostrando que a maioria das empresas enfrentam essa dificuldade e que a escassez de mão de obra qualificada deve se intensificar à medida que os setores produtivos se tornam mais complexos e desafiadores (Machado *et al.*, 2024).

Ainda sobre os desafios, o estudo revelou que 68% dos entrevistados concordam totalmente que existe uma falta de políticas públicas na cidade de Araguaína voltada à promoção dos pequenos negócios, enquanto 24% concordam parcialmente e 8% se posicionam de forma neutra, conforme o Gráfico 10. A falta de políticas públicas no Brasil é um grande obstáculo para quem busca empreender, principalmente quanto ao incentivo à cultura e educação empreendedora (Bezerra *et al.*, 2014).

Gráfico 10 – Políticas públicas.



Fonte: elaborado pela autora (2025).

4.3 Manutenção e Sustentabilidade do Negócio

Conforme a análise dos dados, os principais fatores apontados pelos entrevistados que dificultam a manutenção do negócio estão atrelados diretamente aos custos elevados no mercado, que impactam diretamente o faturamento. Um dos entrevistados aponta que:

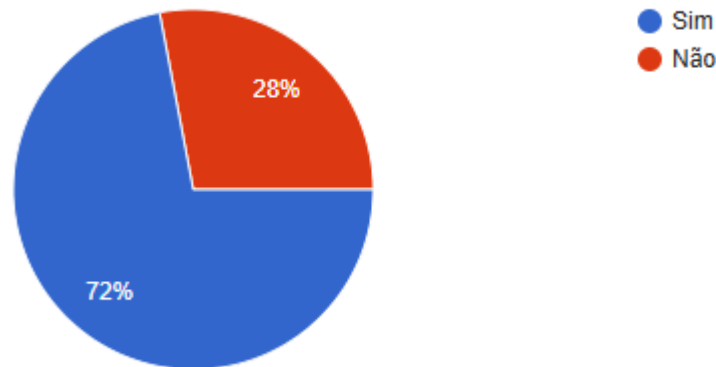
“Os principais fatores que dificultam a manutenção do meu negócio são a inflação constante, que impacta diretamente no aumento dos custos de matéria-prima e insumos, além da alta carga tributária que pesa muito no caixa. Também enfrento dificuldade em encontrar mão de obra qualificada e comprometida, o que acaba afetando diretamente a qualidade da operação e do atendimento.”

Podemos ver que há um obstáculo significativo que afeta o crescimento sustentável do negócio, seja por custos tributários excessivos que fazem com que os empreendedores tenham bastante dificuldade de manter a empresa ativa, seja pela falta de mão de obra qualificada no país, com estudos apontando que 81% das empresas brasileiras enfrentam dificuldades para contratar profissionais qualificados (ManpowerGroup, 2025).

A respeito das estratégias para se manterem competitivos no mercado, a maioria dos entrevistados apontam a relevância de um marketing bem estruturado, aliado à prestação de serviços de qualidade e ao incentivo à inovação. Um dos entrevistados cita a “Inovação e excelência no atendimento” como elementos chave para a fidelização dos clientes, a diferenciação no mercado e a adaptação às constantes mudanças do ambiente empresarial.

Com relação ao monitoramento dos resultados, 72% dizem realizar essa atividade que impacta diretamente a possibilidade de avaliação do desempenho do negócio e que é uma etapa fundamental no bom atendimento às demandas do mercado (Manchini, 2019). O Gráfico 11 apresenta os dados com relação ao monitoramento de resultados por parte dos entrevistados.

Gráfico 11 – Monitoramento de resultados.



Fonte: elaborado pela autora (2025).

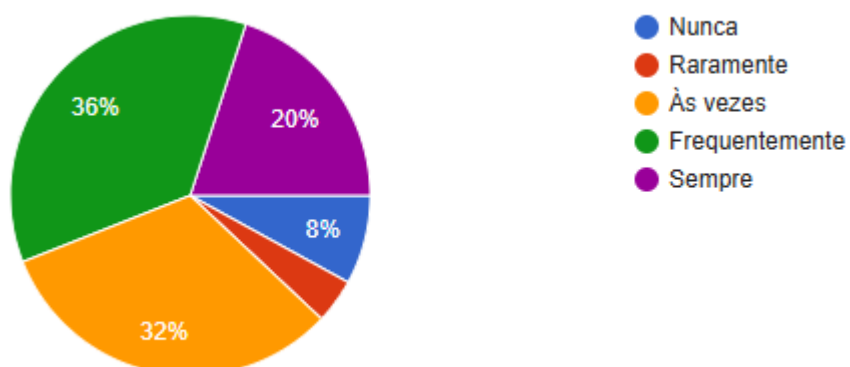
Por fim, a pesquisa revelou que a maioria dos entrevistados já enfrentaram uma crise financeira significativa. Um dos entrevistados aponta que “Sim, muitas dificuldades na parte financeira, superamos através de alguns cortes nos produtos, e empréstimos para podermos nos organizar”.

Essas dificuldades foram superadas por meio de medidas como o controle rigoroso dos gastos, a reestruturação de processos internos e a adoção de estratégias de comunicação mais eficazes. Esses fatores demonstram a importância de uma gestão estratégica resiliente, capaz de lidar com os desafios e garantir a continuidade dos negócios mesmo em momentos de instabilidade.

4.4 Inovação e Adaptação

Com relação à implementação de inovações no negócio, 36% afirmaram que inovam com frequência, 32% dizem que às vezes implementam inovações na empresa, enquanto 20% sempre estão inovando e trazendo novidades para seu negócio, já 8% dos entrevistados nunca estão inovando e 4% raramente inovam, como mostra o Gráfico 12.

Gráfico 12 – Implementação de inovações.

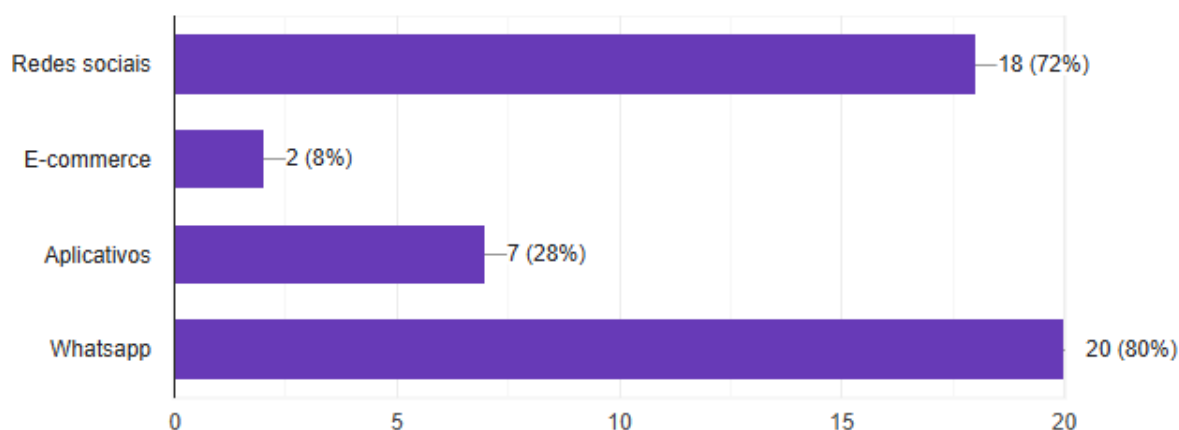


Fonte: elaborado pela autora (2025).

De acordo com Crossan e Apaydin (2021), altos níveis de envolvimento com a inovação estão associados a uma maior capacidade de adaptação organizacional e a respostas mais ágeis às mudanças de mercado.

O Gráfico 13 apresenta a diversificação referente às ferramentas digitais as quais os respondentes utilizam no seu negócio. Uma das mais utilizadas é o *WhatsApp*, com 20 votos, seguido por Redes sociais (*Instagram, Facebook e TikTok*), com 18 votos, e aplicativos de terceiros, com 7 votos. Além disso, 2 respondentes disseram utilizar *e-commerce*. Nesta questão era permitido selecionar mais de uma opção.

Gráfico 13 – Ferramentas digitais utilizadas.



Fonte: elaborado pela autora (2025).

Ferramentas como as redes sociais e aplicativos de comunicação permitem que empresas interajam diretamente com o cliente e façam campanhas direcionadas ao seu público-alvo com um custo muito menor, resultando em ganhos proporcionalmente maiores se comparado aos meios tradicionais de divulgação. Além disso, essas ferramentas permitem maior engajamento e fidelização dos clientes, aumentando a percepção positiva da empresa ou marca (Batista *et al.*, 2023).

4.5 Relacionamento com Clientes e Marketing

Com base nos resultados da pesquisa referentes às estratégias de fidelização, as promoções são uma ótima estratégia para atrair novos clientes e movimentar seu estoque, divulgação nas redes sociais para alcançar um público maior, bom atendimento para conquistar a confiança do cliente, e indicações como meio de maior expansão do seu empreendimento. Um dos entrevistados cita “Nós apostamos no atendimento de ótima qualidade, cartão fidelidade e mimos nos dias específicos.” Dessa forma, é possível conquistar um público mais amplo e ganhar a confiança dos clientes.

Dos dados coletados pelos entrevistados, a pesquisa aponta os principais desafios que cada um enfrenta no seu campo de atuação, a interação diária com clientes exige paciência, empatia e habilidades de comunicação. Como citado por um dos respondentes: “Entregar qualidade e padrão com um preço justo em um tempo rápido para agradá-los. A gente agrada a maioria deles, mas se pisar uma vez na bola pode ser fatal para o relacionamento cliente/empresa.”

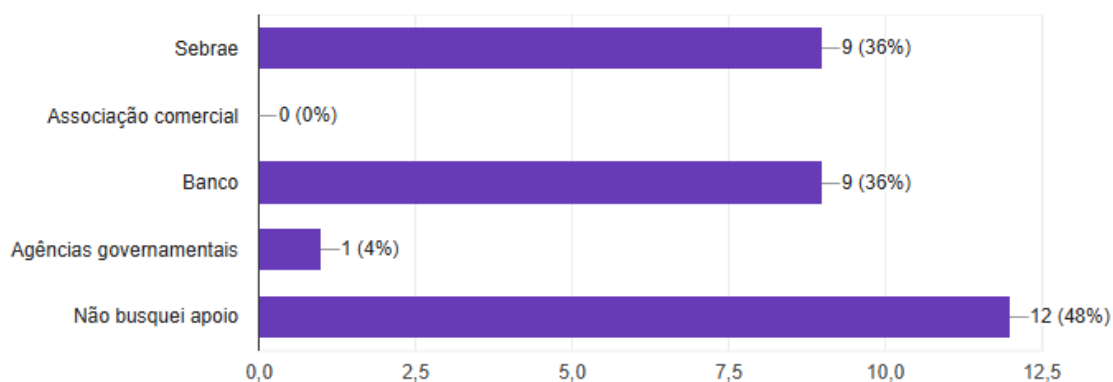
A pesquisa também aponta a falta de mão de obra qualificada no relacionamento com o cliente como um grande desafio, resultando em dificuldades para as empresas contratarem e reterem profissionais. Muitas vezes a desvalorização do profissional é um dos fatores responsáveis, podendo afetar o desempenho individual e influenciar negativamente o ambiente de trabalho (Reis e Noronha, 2014).

4.6 Suporte Institucional e Governamental

Conforme o Gráfico 14, no que se refere a busca de apoio a instituições, 9 dos votos se referem ao Sebrae como instituição de apoio, outros 9 buscaram apoio em bancos, 1 respondente procurou agências governamentais e, por fim, 12

respondentes não buscaram apoio a nenhuma das instituições. Nesta questão também era permitido selecionar mais de uma opção.

Gráfico 14 – Instituições.



Fonte: elaborado pela autora (2025).

O estudo revelou que a maioria dos entrevistados não buscaram apoio a instituições no que diz respeito a suporte institucional e governamental. Ainda que o Sebrae seja um dos mais citados na cidade de Araguaína, os estudos apontaram que muitos dos empreendedores ainda não buscam o devido apoio e suporte dessas instituições. Esse dado corrobora pesquisas anteriores, que indicam que empreendedores, principalmente os jovens, não recebem apoio institucional e principalmente público, para o sucesso de seus negócios (Bresciani *et al.*, 2023).

Referente a instituições nas quais os entrevistados buscaram apoio, 76% informaram que tiveram uma experiência positiva, enquanto 24% tiveram uma experiência negativa. Isso demonstra a necessidade de melhorias tanto na qualidade dos serviços de apoio prestados por bancos e agências de fomento, quanto na implementação de políticas específicas para esse setor, seja na forma de treinamento, financiamento, entre outras (Bresciani *et al.*, 2023).

5 CONCLUSÕES

A pesquisa realizada teve como objetivo analisar os desafios enfrentados pelos empreendedores nos setores de serviços em Araguaína, tendo base nas vivências dentro do meio de atuação. Os dados coletados proporcionaram resultados com

diferentes perspectivas, levando em consideração desafios enfrentados e estratégias de como se manter competitivo no mercado de trabalho.

O estudo ainda revelou que os empreendedores enfrentam vários desafios, porém adotam estratégias e buscam por soluções inovadoras para se manterem ativos no mercado. A pesquisa ainda ressalta que o empreendedorismo é uma das maiores fontes de geração de empregos, inovação e renovação econômica, e que o investimento em capacitação e a adoção de modelos flexíveis são caminhos promissores para superar os desafios.

No processo de pesquisa do estudo, houve bastante limitação com os entrevistados para que pudessem responder o questionário, gerando uma demora na finalização dos resultados e discussões do estudo. O número de respostas também foi limitado, o que leva à necessidade de pesquisas futuras com um público mais amplo, visando melhorar a qualidade dos dados e a confiabilidade das respostas.

REFERÊNCIAS

ALVES, Alexandre; KLAUS, Viviane; LOUREIRO, Carine Bueira. Do sonho à realização: pedagogia empreendedora, empresariamento da educação e racionalidade neoliberal. *Educação e Pesquisa*, v. 47, p. e226115, 2021.

AMORIM, Ricardo. *Brazil: a new enterprising culture*. LinkedIn, 03/05/2018. Disponível em: <https://www.linkedin.com/pulse/brazil-new-enterprising-culture-ricardo-amorim> Acesso em: 22 abr. 2025.

ARAGUAÍNA. Araguaína é a cidade mais empreendedora do Norte. Prefeitura de Araguaína, 2023. Disponível: <https://www.araguaina.to.gov.br/noticias/2023/201caraguaina-e-a-cidade-mais-empreendedora-do-norte201d-afirma-wagner-rodrigues-durante-seminario-regional-sobre-o-tema>. Acesso em: 22 mar. 2025.

BARON, Robert A.; SHANE. Scott A. Empreendedorismo: uma visão do processo. São Paulo: Thompson Learning, 2007.

BATISTA, Bruna S.; SILVA, Tayze A.; MENDES, Ijosiel; SILVA, Suéllen D.; MARSOLI, Glaucimarcos F.; PEREIRA, Jairo A. B. F. G. A importância do marketing digital para pequenos negócios. *Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação*, v. 9, n. 4, p. 703-715, 2023. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/9257>. Acesso em: 29 mai. 2025.

BEZERRA, Éder; SILVA, Glessia; BORGES, Cândido; TONDOLO, Luana. Políticas Públicas de Empreendedorismo no Brasil: Levantamento e Análise. In: **VIII Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE 2014)**. Goiânia, 2014. Disponível em: <https://anegepe.org.br/wp-content/uploads/2021/09/324.pdf>. Acesso em: 28 mai. 2025.

BRESCIANI, Luis P.; CORROCHANO, Maria C.; NOGUEIRA, Maria E. Mapa de políticas públicas para a juventude e o trabalho na cidade de São Paulo: uma perspectiva contemporânea. *Cadernos Gestão Pública e Cidadania*, v. 28, e84763, 2023. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/cgpc/article/view/84763/83514%C2%A0>. Acesso em: 02 jun. 2025.

CASTRO, Beatriz L. G.; PONTELLI, Greice E.; NUNES, Andrieli F. P.; KNEIPP, Jordana M.; COSTA, Vânia M. F. Empreendedorismo e coronavírus: impactos, estratégias e oportunidades frente à crise global. *Estudios Gerenciales*, v. 37, n. 158, p. 49-60, 2021. Disponível em: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232021000100049. Acesso em: 15 mai. 2025.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

CONSIDERA, Claudio; TRECE, Juliana. **Setor de serviços foi principal responsável pelo fraco desempenho da economia em 2020**. FGV IBRE, 2021. Disponível em: <https://blogdoibre.fgv.br/posts/setor-de-servicos-foi-principal->

responsavel-pelo-fraco-desempenho-da-economia-em-2020 Acesso em: 15 abr. 2025.

CORRÊA, Henrique L.; CAON, Mauro. **Gestão de Serviços**: lucratividade por meio de operações e de satisfação dos clientes. São Paulo: Atlas, 2012.

COSTA, Eliezer A. **Gestão estratégica**: da empresa que temos para a empresa que queremos. 2ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

CROSSAN, M. M.; APAYDIN, M. A multi-dimensional framework of organizational innovation: A systematic review of the literature. New York: Routledge, 2010.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**. 6ª Ed. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, José C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

_____. **Empreendedorismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FAHEY, R. M. L. R. **MBA**: Curso Prático – Estratégia. 5. ed. Rio do Janeiro: Campus, 1999.

FREITAS, Railla O.; GRANETTO, Sergio Z. Os Desafios do Jovem Empreendedor em Busca de um Espaço no Mercado Competitivo de Araguaína-TO. **Facit Business and Technology Journal**, v. 2, n. 47, 2023. Disponível em: <https://revistas.faculdefacit.edu.br/index.php/JNT/article/view/2665> Acesso em: 14 abr. 2025

GIL, Antonio C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7ª Ed. São Paulo: Atlas, 2024.

GIOVANINI, A.; PEREIRA, W. M.; ALMEIDA, H. J. F. Diversidade produtiva e crescimento econômico: algumas evidências para os municípios brasileiros. **Nova Economia**, v. 32, n. 3, p. 687-717, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/neco/a/KThCKyR7TLq4k3X4mLz6PTM/?lang=pt>. Acesso em: 29 mai. 2025.

GONÇALVES, Vítor C.; CASTRO, Luís M.; FELÍCIO, J. A. (org). **Gestão Estratégica**: Questões atuais, relevantes e promissoras para a investigação em Gestão Estratégica. Lisboa: Actual, 2017.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Panorama dos municípios**. Brasília, DF. 2023. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/to/araguaina/panorama> Acesso em: 15 mai. 2025.

_____. **Sistema de Contas Nacionais Trimestrais - SNCT**. Brasília, DF. 2025. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/contas-nacionais/9300-contas-nacionais-trimestrais.html> Acesso em: 15 abr. 2025.

JUNKES, Valderice H.; MATOS, Camila; LERMEN, Fernando H.; MATIAS, Gustavo S.; LENZI, Giane G. Análise de SWOT como ferramenta de auxílio no Planejamento Estratégico: Um estudo de caso em um laticínio. **XIV Congresso Brasileiro de**

Engenharia de Produção (CONBREPRO 2024). Ponta Grossa, PR. Disponível em: https://aprepro.org.br/conbrepro/anais/2024/arquivos/11052024_221140_672ac1985809c.pdf. Acesso em: 23 jun. 2025.

KOTLER, Philip. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. In: **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 1994. p. 676-676.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LACOMBE, Francisco. **Administração**: princípios e tendências. 3ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

MACHADO, Débora G.; AZEVEDO, Teisitel P.; SILVA, Rogério P. O impacto gerado pela tributação no empreendedorismo. In: **XXXII Encontro da ANPAD – EnANPAD 2008**. Rio de Janeiro: 2008. Disponível em: https://arquivo.anpad.org.br/abrir_pdf.php?e=ODg5NA== Acesso em: 19 mai. 2025.

MACHADO, Laura A. L.; ROMÃO JÚNIOR, José M.; ANTUNES NETO, Joaquim M. F.; BORRACINI, Paula R. G. M. Desafios e Soluções para Escassez de Mão de Obra Qualificada: Uma Análise Contemporânea e Perspectivas Futuras. **Prospectus**, v. 6, n. 2, 2024. Disponível em: <https://prospectus.fatecitapira.edu.br/index.php/pst/article/view/260>. Acesso em: 20 mai. 2025.

MANCHINI, Veridiana V. Estudo de caso: uso de indicadores de desempenho de processos na gestão da produção de cultivares de algodão. **Produção Online**, v. 19, n. 1, p. 249-273, 2019. Disponível em: <https://www.producaoonline.org.br/rpo/article/view/3195>. Acesso em: 17 mai. 2025.

MANPOWERGROUP. **Pesquisa de Escassez de Talentos 2025**. Disponível em: <https://www.manpowergroup.com.br/sobre-nos/estudos/pesquisa-de-escassez-de-talentos-2025>. Acesso em: 30 mai. 2025.

MINTZBERG, Henry. **Ascensão e queda do planejamento estratégico**. Porto Alegre: Bookman, 2007.

PINE, B. Joseph; GILMORE, James H. **A economia da experiência**. Harvard Business Press, 2011.

RIZZI, Maurício A. **Os desafios do empreendedorismo no Brasil**. 25 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Faculdade Anhanguera, Porto Alegre, 2019. Disponível em: https://repositorio.pgsscogna.com.br/bitstream/123456789/28414/1/MAURICIO_ALVES_RIZZI_ATIVIDADE_DEFESA.pdf Acesso em: 22 abr. 2025.

RODRIGUES, Marcus V. **Ações para a qualidade**: gestão estratégica e integrada para a melhoria dos processos na busca da qualidade e competitividade. 5ª Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

ROSA, Cláudio A. **Guia essencial para novos empreendedores**: descobertas. Belo Horizonte: Sebrae MG, 2015.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Salas do Empreendedor em Araguaína e Palmas são destaque nacional de atendimento**. 2022. Disponível em: <https://to.agenciasebrae.com.br/cultura-empREENDEDORA/salas-do-empREENDEDOR-em-araguaina-e-palmas-sao-destaque-nacional-de-atendimento/> Acesso em: 22 mar. 2025.

_____. **A taxa de sobrevivência das empresas no Brasil**. 2023a. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/a-taxa-de-sobrevivencia-das-empresas-no-brasil,d5147a3a415f5810VgnVCM1000001b00320aRCRD> Acesso em: 19 mai. 2025.

_____. **Ignorados pelos bancos, 4 em cada 10 pequenos negócios usam o cartão de crédito para financiar a empresa**. 2023b. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/dados/ignorados-pelos-bancos-4-em-cada-10-pequenos-negocios-usam-o-cartao-de-credito-para-financiar-a-empresa/> Acesso em: 19 mai. 2025.

_____. **Data MPE Brasil**. 2025. Disponível em: <https://datampe.sebrae.com.br/profile/geo/araguaina>. Acesso em: 23 jun. 2025.

SHANE, Scott A.; BARON, Robert A. **Empreendedorismo**: uma visão de processo. São Paulo: Cengage Learning, 2007.

APÊNDICE

Apêndice A – Questionário de Pesquisa

Tema: Desafios enfrentados pelos empreendedores do setor de serviços em Araguaína: análise dos obstáculos e estratégias para o empreendedorismo local

Instruções: Este questionário tem como objetivo compreender os principais desafios enfrentados por empreendedores do setor de serviços em Araguaína, bem como as estratégias utilizadas para a sustentabilidade dos negócios. As informações coletadas são confidenciais e serão utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos.

1. Perfil do Empreendedor

1.1. Idade:

- Até 25 anos
- 26 a 35
- 36 a 45
- Acima de 45

1.2. Sexo:

- Masculino
- Feminino

1.3. Tempo de atuação como empreendedor:

- Menos de 1 ano
- 1 a 3 anos
- 4 a 6 anos
- Mais de 6 anos

1.4. Segmento do seu serviço:

- Beleza
- Alimentação
- Tecnologia

- Pintura
- Automotivo

2. Desafios no Empreendedorismo

2.1. Enfrento dificuldades com a carga tributária e burocracia do governo.

- 1 – Discordo totalmente
- 2 – Discordo parcialmente
- 3 – Não concordo nem discordo
- 4 – Concordo parcialmente
- 5 – Concordo totalmente

2.2. Tenho dificuldades para acessar linhas de crédito ou financiamento.

- 1 – Discordo totalmente
- 2 – Discordo parcialmente
- 3 – Não concordo nem discordo
- 4 – Concordo parcialmente
- 5 – Concordo totalmente

2.3. A concorrência é um desafio constante para meu negócio.

- 1 – Discordo totalmente
- 2 – Discordo parcialmente
- 3 – Não concordo nem discordo
- 4 – Concordo parcialmente
- 5 – Concordo totalmente

2.4. A instabilidade econômica afeta diretamente meu faturamento.

- 1 – Discordo totalmente
- 2 – Discordo parcialmente
- 3 – Não concordo nem discordo
- 4 – Concordo parcialmente
- 5 – Concordo totalmente

2.5. Tenho dificuldade em encontrar mão de obra qualificada.

- 1 – Discordo totalmente
- 2 – Discordo parcialmente
- 3 – Não concordo nem discordo
- 4 – Concordo parcialmente
- 5 – Concordo totalmente

2.6. Sinto que faltam políticas públicas de apoio ao empreendedor local.

- 1 – Discordo totalmente
- 2 – Discordo parcialmente
- 3 – Não concordo nem discordo
- 4 – Concordo parcialmente
- 5 – Concordo totalmente

3. Manutenção e Sustentabilidade do Negócio

3.1. Quais são os principais fatores que dificultam a manutenção do seu negócio?

3.2. Quais estratégias você utiliza para se manter competitivo no mercado?

3.3. Você estabelece metas claras e monitora seus resultados regularmente?

- Sim
- Não

3.4. Seu negócio já passou por alguma crise financeira significativa? Como você superou?

4. Inovação e Adaptação

4.1. Com que frequência você implementa inovações na empresa?

- 1 – Nunca
- 2 – Raramente
- 3 – Às vezes
- 4 – Frequentemente
- 5 – Sempre

4.2. Selecione as ferramentas digital que você utiliza no seu negócio

- Redes sociais
- E-commerce*
- Aplicativos
- WhatsApp*

4.3. Como você lida com mudanças no mercado ou comportamento do consumidor?

5. Relacionamento com Clientes e Marketing

5.1. Quais estratégias você usa para atrair e fidelizar clientes?

5.2. Qual é o maior desafio no relacionamento com seus clientes?

6. Suporte Institucional e Governamental

6.1. Você já buscou apoio em instituições como Sebrae, associações comerciais, bancos ou agências governamentais?

- Sebrae
- Associação comercial
- Banco
- Agências governamentais
- Não busquei apoio

6.2 Se sim, qual foi a experiência?

- Positiva
- Negativa