

# Crescimento de Micro e Pequenas Empresas por meio de Redes Colaborativas

*Growth of Micro and Small Enterprises Through Collaborative Networks*  
*Crecimiento de Micro y Pequeñas Empresas a través de Redes Colaborativas*

Recebido

Received

Recibido

23 abr. 2026

23 may 2026

Aceito

Accepted

Aceptado

10 mai. 2026

10 may 2026

Publicado

Published

Publicado

02 mai. 2026

02 may 2026

<https://git.fateczl.edu.br>

e\_ISSN

2965-3339

DOI

10.5281/zenodo.20331615

São Paulo

v. 4 | n. 3

v. 4 | i. 3

e43452

Abri/junho

April/June

Abri/Junio

2026



Leonardo de França Volpi<sup>1</sup>

[Leonardo.volpi01@fatec.sp.gov.br](mailto:Leonardo.volpi01@fatec.sp.gov.br)

Caio Flavio Stettiner<sup>1</sup>

[caio.stettiner@fatec.sp.gov.br](mailto:caio.stettiner@fatec.sp.gov.br)

Patrícia Viveiros de Castro Krakauer<sup>1</sup>

[patricia.krakauer@fatec.sp.gov.br](mailto:patricia.krakauer@fatec.sp.gov.br)

1 – Faculdade de Tecnologia Sebrae

**Resumo:** Este estudo analisa como a participação em redes empreendedoras, como eventos de *networking* e *workshops*, influencia o crescimento sustentável do microempreendedor individual (MEI). Com uma abordagem qualitativa, foram realizadas entrevistas semiestruturadas e observação participante com 10 MEI de diferentes setores. Os resultados mostram que a interação em ambientes coletivos fortalece a autoconfiança, amplia o capital social e estimula a inovação, contribuindo para o desenvolvimento e a expansão dos microempreendimentos. Conclui-se que esses eventos são ferramentas estratégicas para o fortalecimento dos negócios, recomendando-se novas pesquisas para aprofundar o impacto das redes no apoio aos MEIs.

**Palavras-chave:** Microempreendedores Individuais (MEI); Crescimento empresarial; Redes de network; Workshops empreendedores.

**Abstract:** This study analyzes how participation in entrepreneurial networks, such as networking events and workshops, influences the sustainable growth of microentrepreneurs (MEIs). Using a qualitative approach, semi-structured interviews and participant observation were conducted with 10 microentrepreneurs from different sectors. The results show that collective interaction strengthens self-confidence, expands social capital, and stimulates innovation, contributing to the development and expansion of microbusinesses. It is concluded that these events are strategic tools for business strengthening, and further research is recommended to deepen the analysis of the networks' impact on supporting microentrepreneurs.

**Keywords:** Individual Microentrepreneurs (MEI); Business growth; Entrepreneurial networks; Entrepreneurial workshops.

**Resumen:** Este estudio analiza cómo la participación en redes emprendedoras, como eventos de *networking* y talleres, influye en el crecimiento sostenible de los microempreendedores (MEI). Con un enfoque cualitativo, se realizaron entrevistas semiestruturadas y observación participante con 10 microempreendedores de diferentes sectores. Los resultados muestran que la interacción colectiva fortalece la autoconfianza, amplía el capital social y estimula la innovación, contribuyendo al desarrollo y a la expansión de los microemprendimientos. Se concluye que estos eventos son herramientas estratégicas para fortalecer los negocios y se recomienda

*continuar la investigación para profundizar el impacto de las redes en el apoyo a los microemprendedores.*

**Palabras clave:** Microemprendedores individuales (MEI); Crecimiento empresarial; Redes de networking; Talleres emprendedores.

## 1. INTRODUÇÃO

Os microempreendedores individuais (MEI) desempenham um papel fundamental na economia brasileira, contribuindo significativamente para a geração de empregos e renda. Segundo o Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, os MEI em 2023 representaram 73,6% dos CNPJs abertos no país (BRASIL, 2024). Apesar de sua relevância, esses empreendedores enfrentam desafios expressivos para gerenciar e expandir seus negócios de forma sustentável.

De acordo com o relatório *Sobrevivência das Empresas Mercantis Brasileiras: 2017-2022*, elaborado pelo Sebrae (2024), o porte mais vulnerável — o de MEIs — apresenta uma taxa de sobrevivência de cerca de 48% após cinco anos de atividade. Diante desse cenário, observa-se um claro potencial empreendedor que, muitas vezes, carece de suporte técnico e estratégico para prosperar. Nesse contexto, a participação em eventos de *networking* e *workshops* surge como uma alternativa promissora para o desenvolvimento de competências, ampliação de conexões profissionais e acesso a recursos que favorecem o crescimento empresarial.

Esta pesquisa teve como objetivo investigar se a participação em eventos de redes de *networking* e *workshops* empreendedores gera quais resultados no desenvolvimento sustentável das empresas lideradas por microempreendedores individuais (MEI). Especificamente, busca-se compreender se os empreendedores que participam desses eventos apresentam melhorias significativas em seus negócios, considerando aspectos como crescimento, inovação, sustentabilidade e aumento de receita.

Os resultados esperados desta pesquisa visa contribuir com o desenvolvimento de estratégias mais eficazes de apoio ao crescimento e sucesso dos MEI, além de fornecer ideias relevantes para os próprios empreendedores. A metodologia adotada foi uma abordagem qualitativa, que busca fazer uma análise aprofundada de fenômenos sociais, buscando compreender de que forma os conhecimentos adquiridos nesses encontros são aplicados na prática e quais efeitos geram nos negócios analisados.

Dessa forma, refletiu-se sobre como a participação em redes empreendedoras pode transformar uma ideia em um negócio próspero, agregando valor à vida, à rotina e ao progresso desses empreendedores. Afinal, fica o questionamento se participar de eventos de *networking* ou *workshops* efetivamente contribui para a evolução dos negócios, ou seria apenas um momento de estímulo motivacional voltado à satisfação pessoal do empreendedor.

Diante desse cenário, esta pesquisa propõe-se a responder à seguinte pergunta-problema: A participação em eventos de *workshops* e redes de *networking* empreendedoras contribui para o crescimento sustentável e o sucesso das empresas dos microempreendedores individuais (MEI)?

Ao rever a literatura pertinente sobre os temas em estudo, observou-se uma lacuna no conhecimento sobre os efeitos específicos da participação em eventos de *workshops* e redes de *networking* voltadas ao empreendedorismo, especialmente no contexto dos microempreendedores individuais (MEI). Embora existam estudos que abordam a importância do empreendedor e seu crescimento, ainda são escassas as investigações que tratam diretamente de como esses eventos contribuem para o sucesso e o desenvolvimento sustentável dos negócios liderados por MEI.

Para tanto, define-se como objetivo geral: Investigou de que maneira a participação em eventos de *networking* e *workshops* contribui para o crescimento sustentável das empresas dos microempreendedores individuais, no que tange os aspectos de inovação, sustentabilidade e aumento de receita.

E como objetivos específicos:

1. Identificar os efeitos da participação em eventos de *networking* e *workshops* no desempenho das empresas dos microempreendedores individuais;
2. Mapear de forma sistemática como os microempreendedores utilizam esses eventos e redes para aprimorar seus negócios;
3. Avaliar os resultados dessas redes e encontros no crescimento empresarial e no desenvolvimento intelectual dos MEI, considerando aspectos como gestão, inovação e tomada de decisão.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para que os temas abordados nesta pesquisa fossem devidamente contextualizados, é necessário revisitar a Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008, que regulamenta as práticas relacionadas ao microempreendedor individual (MEI).

### 2.1 Microempreendedores Individuais (MEI).

Segundo o Governo Federal (2022), o microempreendedor individual (MEI) é o empresário (a) da empresa de pequeno porte que atua de forma individual e que possui um faturamento bruto anual de até R\$ 81.000,00. O MEI está formalmente amparado pela Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008, que regulamenta essa categoria empresarial.

O microempreendedor individual (MEI) representa um segmento essencial para a economia brasileira, pois atua como um importante gerador de empregos formais e renda para milhões de famílias. Segundo o SEBRAE Paraná (2024), os MEIs respondem por uma parcela significativa da formalização no país, contribuindo diretamente para a inclusão social e econômica de trabalhadores que, muitas vezes, atuavam na informalidade. Essa formalização possibilita maior acesso a direitos previdenciários, crédito e capacitação, além de estimular o empreendedorismo local e regional.

Por sua vez, o SEBRAE Nacional (2024) destaca que o MEI tem papel estratégico

no cenário político e econômico, sendo reconhecido como motor para o desenvolvimento econômico sustentável, pela sua capacidade de gerar emprego e movimentar a economia formal, sobretudo em pequenos municípios. A expansão da categoria MEI favorece a diversificação do mercado e promove a circulação de renda em níveis locais, o que fortalece a economia brasileira como um todo. Ainda o artigo cita que os pequenos negócios representam um quarto do PIB nacional.

Dessa forma, o microempreendedor individual não apenas impulsiona o crescimento econômico, mas também atua como agente de transformação social, promovendo autonomia financeira e inclusão produtiva em diversos setores da economia nacional e na economia circular.

Desde os anos 2000, a *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* auxilia no levantamento e monitoramento de dados no Brasil, com relação ao desenvolvimento do empreendedorismo, onde os empreendedores podem obter ideias sobre a eficácia de diversas iniciativas de apoio ao empreendedorismo no país (LOPES *et al.*, 2023).

Por outro lado, o estudo de Uchôa de Oliveira (2024) destaca os comportamentos empreendedores descritos por David McClelland, onde o autor enfatiza características como a busca por realização, proatividade, autonomia, autoconfiança e disposição para assumir riscos calculados como traços fundamentais para o sucesso de empreendedores, tais comportamentos compõem um grupo de dez comportamentos mapeados pelo estudioso e que contribuem de modo específico para a formação dos empreendedores brasileiros.

## 2.2 Eventos De Workshop e Redes De Networking Empreendedoras

O ato de empreender está intrinsecamente ligado à capacidade de criar, inovar e identificar oportunidades de melhoria em produtos e serviços. Nesse sentido, o empreendedor é aquele que transforma necessidades de mercado em soluções concretas, impulsionando o desenvolvimento econômico e social (Neves *et al.*, 2021). Entretanto, a consolidação de um negócio não depende apenas da visão inovadora individual, mas também da habilidade de se conectar com outros empreendedores e atores do ecossistema empresarial.

De acordo com John (2024), a inserção em redes de relacionamento e a participação em *workshops* empreendedores funcionam como catalisadores do crescimento dos negócios, pois proporcionam ambientes de troca de experiências, aprendizagem coletiva e acesso a recursos estratégicos. Tais espaços contribuem para o desenvolvimento de novas ideias e oportunidades de mercado, fortalecendo a capacidade de adaptação dos empreendedores diante de cenários competitivos.

Além disso, estudos sobre comportamento *online* evidenciam que o modo como os empreendedores interagem em redes virtuais influencia diretamente o desempenho de seus empreendimentos. Gloor *et al.* (2018) destacam que a diversidade e a localização das conexões exercem papel relevante nos

resultados alcançados, indicando que redes amplas e heterogêneas favorecem o compartilhamento de conhecimento e a criação de vínculos colaborativos. Assim, tanto as interações presenciais quanto as digitais se consolidam como mecanismos essenciais para o fortalecimento do capital social e o crescimento sustentável de micro e pequenas empresas.

A composição e a dinâmica dessas redes também impactam a forma como os empreendedores tomam decisões e identificam oportunidades. Segundo Yu, Choi e Zheng (2021), as redes homogêneas — formadas por indivíduos com perfis semelhantes — tendem a estimular abordagens analíticas e estruturadas, enquanto as redes heterogêneas — compostas por pessoas de diferentes origens e áreas — favorecem a criatividade, a inovação e o surgimento de soluções originais a partir do diálogo e da pluralidade de perspectivas.

Por fim, a participação em *workshops* e redes empreendedoras contribui para o fortalecimento da confiança e da intenção empreendedora. Conforme Shaheen, Najaf e Tang (2023), o envolvimento em tais ambientes de aprendizagem e interação social potencializa a autoconfiança e o desenvolvimento de habilidades empreendedoras, fatores decisivos para a consolidação de um comportamento inovador e proativo.

Dessa forma, observa-se que a integração entre eventos de *workshop* e redes de *networking* representa um elemento estruturante no processo de desenvolvimento empreendedor, promovendo o aprendizado contínuo, a troca de experiências e o fortalecimento das competências necessárias para a sustentabilidade e o crescimento dos negócios.

### 2.3 Crescimento Sustentável do Empreendedorismo

O crescimento sustentável no empreendedorismo vai além da simples expansão econômica, incorporando práticas que promovem o equilíbrio entre desenvolvimento financeiro, responsabilidade social e preservação ambiental. Nesse contexto, as redes de relacionamentos empreendedores desempenham um papel fundamental. De acordo com Piwovar-Sulej e Iqbal (2022), o tamanho da rede, a densidade das conexões e a força dos laços sociais são fatores determinantes no funcionamento dessas redes e impactam diretamente o crescimento dos empreendedores. Aqueles que participam ativamente de redes de relacionamentos empreendedores robustas têm maior acesso a informações, recursos e oportunidades de colaboração, favorecendo a inovação e a adaptação às mudanças do mercado. Além disso, a construção de relações de confiança e a troca de experiências em ambientes como *workshops* e eventos de *networking* contribuem para o fortalecimento do capital social, aspecto essencial para o crescimento sustentável dos negócios.

## 3. MÉTODO

Esta pesquisa adota uma abordagem qualitativa, de natureza exploratória, com o objetivo de compreender os efeitos da participação em grupos

empreendedores no crescimento de microempreendedores individuais (MEI). O enfoque qualitativo se justifica pela necessidade de aprofundar a análise das percepções, experiências e significados atribuídos pelos participantes ao processo de desenvolvimento de seus negócios.

A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas, estruturadas a partir de um roteiro elaborado com base nos objetivos da pesquisa. Esse instrumento permite maior flexibilidade na coleta de dados, possibilitando ao entrevistado relatar livremente suas experiências, enquanto o pesquisador assegura a cobertura dos principais temas da investigação.

A amostragem foi conduzida por conveniência, adotando o critério *slow ball*, que consiste na inclusão gradual de participantes conforme sua disponibilidade para a pesquisa, selecionamos empreendedores que participam ativamente de grupos de apoio ao empreendedorismo, redes de *networking* ou eventos voltados à formação e fortalecimento de MEIs e de empreendedores em geral. Os critérios de inclusão compreendem: estar formalmente registrado como MEI, atuar no território nacional e ter participado de pelo menos uma atividade coletiva empreendedora nos últimos 12 meses e entrevistamos 10 empreendedores no processo da pesquisa.

Além das entrevistas, foi adotada a técnica da observação participante, uma vez que o pesquisador também é microempreendedor e integra grupos e comunidades voltadas ao fortalecimento do empreendedorismo. Essa posição permitiu o acompanhamento direto das interações, trocas de conhecimento e práticas empreendedoras, cujos registros foram organizados em um diário de campo.

As entrevistas foram gravadas (mediante consentimento dos participantes) e foram transcritas para fins de análise. A pesquisa foi conduzida com base nos princípios éticos da pesquisa com seres humanos. Os participantes foram informados sobre os objetivos do estudo, e sua participação se deu mediante assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa de campo foi realizada com 10 empreendedores de diferentes setores, com idades entre 18 a 57 anos, com uma renda variada de R\$1.700 a R\$45.000, e tempo de negócio variando de 3 meses a 29 anos.

Tabela 1 – Dados dos entrevistados

| Entrevistado | Idade   | Renda   | Formação                  | Segmento do CNPJ        | Número de funcionários |
|--------------|---------|---------|---------------------------|-------------------------|------------------------|
| A            | 31 anos | 7 mil   | Graduando em Direito      | Comercio de eletrônicos | 03 pessoas             |
| B            | 41 anos | 40 mil  | Graduado em Direito       | Entretenimento          | 04 pessoas             |
| C            | 28 anos | 2,5 mil | Graduada em Administração | Confeitaria             | 04 pessoas             |

|   |         |         |                                |                                     |            |
|---|---------|---------|--------------------------------|-------------------------------------|------------|
| D | 45 anos | 45 mil  | Graduada em Administração      | Fabricação de produtos alimentícios | 17 pessoas |
| E | 25 anos | 8 mil   | Graduado em Gestão Empresarial | Treinamentos                        | 0 pessoas  |
| F | 18 anos | 2,5 mil | Graduando em Marketing         | Design gráfico                      | 0 pessoas  |
| G | 30 anos | 1,7 mil | Graduando em Gestão Comercial  | Consultoria                         | 0 pessoas  |
| H | 47 anos | 10 mil  | Bacharel em Direito e Teologia | Educação                            | 17 pessoas |
| I | 57 anos | 7,5 mil | Graduada em Engenharia         | Estética                            | 03 pessoas |
| J | 38 anos | 15 mil  | Graduação em Administração     | Serviços                            | 02 pessoas |

Fonte: autores (2025)

#### 4.1 Motivações para Abertura do CNPJ

A análise das entrevistas revelou que os microempreendedores individuais foram motivados a abrir o CNPJ por diferentes razões, geralmente relacionadas à necessidade econômica, formalização e busca por oportunidades de negócio. Muitos relataram que a abertura do CNPJ ocorreu em momentos de transição profissional, como perda de emprego ou necessidade de gerar renda própria, evidenciando a função do MEI como ferramenta de sobrevivência econômica. Como relatou o entrevistado E: “Inicialmente, precisei abrir o CNPJ porque tinha acabado de perder o meu emprego na pandemia e precisava gerar renda”. Além da necessidade econômica, alguns entrevistados destacaram a intenção de transformar atividades informais em negócios estruturados, permitindo oferecer produtos ou serviços de forma regularizada e expandir suas operações com segurança. Nesse sentido, outro participante afirmou: “Comecei vendendo produtos de forma informal, mas a formalização me possibilitou organizar melhor o negócio e atender meus clientes de maneira profissional” (Entrevistado B). A formalização também foi percebida como um instrumento estratégico para ampliar oportunidades de mercado, aumentar a credibilidade e acessar benefícios legais, como emissão de notas fiscais e participação em licitações. Conforme declarou o entrevistado F: “Com o CNPJ, consegui emitir nota fiscal, ser levado mais a sério pelos clientes e expandir minhas vendas de forma segura”. Essas percepções estão alinhadas com a literatura sobre MEI, que indica que a formalização contribui para a inserção do microempreendedor no mercado, fortalece sua atuação econômica e amplia suas possibilidades de negócio (GOVERNO FEDERAL, 2022; SEBRAE Paraná, 2024; SEBRAE, 2024). Dessa forma, as motivações identificadas na pesquisa refletem tanto fatores emergenciais, ligados à geração de renda, quanto estratégicos, relacionados à profissionalização e expansão do negócio.

#### 4.2 Motivações para participar de redes de relacionamento empreendedoras

A análise das entrevistas revelou que os microempreendedores individuais participam de redes de relacionamento, grupos e eventos de *networking*

principalmente por três motivações centrais: aprendizado, conexões e atualização de mercado. Primeiramente, o aprendizado se destacou como motivação recorrente. Os entrevistados relataram que esses espaços possibilitam adquirir conhecimentos sobre práticas de gestão, estratégias de desenvolvimento do negócio, tendências de mercado e melhoria de processos internos. Como descreveu um dos entrevistados: “Participar desses grupos me ajudou a entender como estruturar melhor meus processos e identificar oportunidades que antes eu não via” (Entrevistada C). Em segundo lugar, as conexões com outros empreendedores, parceiros e mentores foram apontadas como fatores estratégicos. Os participantes ressaltaram que as interações nesses espaços favorecem o surgimento de novas oportunidades de negócios, parcerias e mentorias, além de ampliar a visibilidade de suas empresas. Um dos entrevistados destacou: “É através dessas conexões que encontramos parceiros e clientes, e muitas ideias de negócio surgem justamente desses encontros” (Entrevistado E). Por fim, a necessidade de se manter atualizado em relação às tendências de mercado, normas e regulamentações também se mostrou relevante. Segundo um participante: “Estar presente nesses eventos me permite acompanhar mudanças no mercado e me manter atualizado sobre o que empresas e clientes precisam” (Entrevistado G). Essas motivações estão alinhadas com estudos que apontam que redes empreendedoras funcionam como espaços de aprendizagem, compartilhamento de informações e desenvolvimento de capital social, favorecendo a inovação, a competitividade e o crescimento de microempreendedores individuais (SEBRAE, 2024; GLOOR et al., 2018; YU; CHOI; ZHENG, 2021). Assim, os depoimentos dos entrevistados evidenciam que a participação em redes de relacionamento não apenas amplia o conhecimento técnico, mas também fortalece a estratégia de negócio e a capacidade de adaptação frente às demandas do mercado.

#### **4.3 Benefícios e Impactos no crescimento do negócio**

A participação em redes de relacionamento, grupos e eventos empreendedores apresentou impactos significativos no crescimento dos negócios dos microempreendedores individuais. As entrevistas indicaram que esses espaços contribuíram para aprimorar estratégias, ampliar oportunidades e fortalecer a atuação no mercado. Um dos efeitos mais recorrentes relatados foi a redefinição do público-alvo e do modelo de negócio. A interação com outros empreendedores e mentores possibilitou identificar clientes ideais e ajustar produtos ou serviços, aumentando a eficiência comercial. Como destacou o entrevistado E: “Foi através das mentorias e discussões em eventos que conseguimos entender melhor nosso público e direcionar nossos serviços para empresas em vez de pessoas físicas”. Além disso, observou-se a expansão de canais de receita, com a criação de novas formas de monetização, como treinamentos, consultorias ou plataformas digitais complementares. Um entrevistado explicou que: “Aprendemos com outros empreendedores a diversificar nossos serviços, oferecendo treinamentos e consultorias que não fazíamos antes, o que aumentou nossa receita” (Entrevistado G). Outro benefício relevante foi o fortalecimento da rede de contatos e parcerias

estratégicas, que ampliou a colaboração, mentorias e o desenvolvimento de soluções conjuntas. Como ressaltou um entrevistado: “Participar desses grupos nos trouxe parceiros importantes e nos conectou com empresas que hoje utilizam nossos serviços de forma contínua” (Entrevistada H). Os microempreendedores também destacaram o aumento da visibilidade e exposição da marca, observando que a presença em eventos empreendedores contribuiu para reconhecimento e credibilidade no mercado. Um entrevistado B comentou: “Estar em feiras e eventos nos deu maior visibilidade; hoje, nossa marca é conhecida e confiável para clientes e parceiros”. Além desses impactos, a participação em redes de relacionamento proporcionou acesso a informações e tendências de mercado, facilitando a tomada de decisão e a adaptação dos produtos ou serviços. Também contribuiu para o desenvolvimento de habilidades de planejamento estratégico, análise de oportunidades e inovação, fortalecendo a competitividade e a sustentabilidade do negócio. Esses resultados evidenciam que as redes de relacionamento empreendedoras funcionam como instrumentos essenciais de crescimento, aprendizado e desenvolvimento do capital social e estratégico dos microempreendedores individuais. Os benefícios apontados corroboram estudos que indicam que a participação em redes aumenta a capacidade de inovação, fortalece decisões estratégicas e favorece a sustentabilidade dos negócios (GLOOR et al., 2018; YU; CHOI; ZHENG, 2021; SEBRAE, 2024).

#### 4.4 Desafios e limitações enfrentados pelos empreendedores

A pesquisa evidenciou que, apesar dos benefícios proporcionados pelas redes e eventos empreendedores, os microempreendedores individuais enfrentam diversos desafios e limitações que impactam sua participação e o aproveitamento dessas oportunidades. As principais dificuldades relatadas concentram-se nos seguintes aspectos:

1. Falta de tempo e sobrecarga de atividades: A limitação mais recorrente entre os entrevistados está relacionada à dificuldade de conciliar a rotina operacional do negócio com a participação em encontros e eventos. Muitos empreendedores afirmaram que o acúmulo de funções — como produção, vendas, atendimento e gestão financeira — reduz o tempo disponível para o *networking* e a capacitação profissional. Como observou os participantes: “Conciliar a produção diária com os eventos é bem desafiador, porque muitas vezes a gente precisa escolher entre atender clientes ou ir a uma reunião...” (Entrevistado A). “Tenho tantas funções no dia a dia que, mesmo quando quero participar de encontros, nem sempre consigo estar presente” (Entrevistado I).
2. Custo e acessibilidade dos eventos: Alguns participantes apontaram que os custos de deslocamento ou de inscrição em determinados eventos ainda representam uma barreira significativa, principalmente para quem está em fase inicial de estruturação do negócio. A distância geográfica e a falta de opções em regiões periféricas também foram citadas como fatores limitantes. “Às vezes os eventos são muito caros ou acontecem longe da minha região, o que dificulta a participação frequente” (Entrevistado G). “O transporte até o centro para ir a

um *workshop* pode ser um custo que pesa para quem ainda está começando” (Entrevistada F).

3. Falta de dinamismo e de escuta nos encontros: Parte dos empreendedores manifestou insatisfação com o formato de alguns eventos, que são excessivamente expositivos e pouco interativos. Segundo os relatos, muitos encontros privilegiam palestras longas e foco em informações teóricas, deixando pouco espaço para trocas práticas entre os participantes. “Muitos eventos são só apresentação, sem espaço para trocar experiências ou tirar dúvidas, e isso limita o aprendizado” (Entrevistado J).

4. Dificuldade em aplicar o aprendizado à realidade do negócio: Alguns empreendedores relataram que, embora adquiram conhecimentos relevantes durante as atividades, nem sempre conseguem adaptar as estratégias ou ferramentas apresentadas às condições reais de seus empreendimentos, seja por limitações financeiras, tecnológicas ou estruturais. “Nem tudo que aprendemos nos encontros dá para aplicar na prática, principalmente quando se trata de recursos que ainda não temos” (Entrevistada D).

5. Baixo nível de engajamento e continuidade nas redes: Outro desafio percebido é a falta de comprometimento de parte dos membros das comunidades empreendedoras. Em alguns casos, os grupos perdem força com o tempo, dificultando a manutenção de conexões e o desenvolvimento de parcerias de longo prazo. “Alguns grupos acabam ficando inativos com o tempo, e isso faz com que as conexões se percam” (Entrevistado B).

6. Carência de apoio técnico e institucional: Alguns entrevistados mencionaram a necessidade de maior presença de órgãos de fomento e instituições de apoio ao empreendedorismo nas redes, de modo a oferecer capacitações mais direcionadas e acompanhamento técnico mais efetivo para os pequenos negócios. “Seria interessante ter mais suporte técnico das instituições, porque ajuda a direcionar melhor o negócio” (Entrevistado F). Essas limitações reforçam que, embora as redes de relacionamento tenham potencial para impulsionar o crescimento e a aprendizagem dos microempreendedores, a efetividade dessas iniciativas depende da acessibilidade, da relevância dos conteúdos e da qualidade da interação entre os participantes. Tais achados convergem com estudos que apontam a importância da estruturação adequada das redes e do apoio institucional para maximizar os resultados obtidos pelos empreendedores (LOPES *et al.*, 2023; SEBRAE, 2020; UCHÔA DE OLIVEIRA, 2024).

#### 4.5 Sugestões de Melhorias para Redes de Relacionamento Empreendedoras

A partir das entrevistas, os microempreendedores indicaram algumas melhorias que poderiam fortalecer a efetividade das redes de relacionamento empreendedoras e potencializar os benefícios para os negócios:

1. Acompanhamento pós-evento: Os entrevistados sugeriram que as redes poderiam criar mecanismos de manutenção de conexões e engajamento após os encontros, garantindo que as oportunidades identificadas durante os

eventos sejam efetivamente aproveitadas. Esse acompanhamento permitiria consolidar parcerias, trocar experiências e fortalecer o capital social. Como relatou um participante: “Seria ótimo se existisse algum acompanhamento depois do evento, para manter contato com os outros empreendedores e não perder as oportunidades que surgem” (Entrevistado A). E também o entrevistado I comentou que: “Muitas vezes conhecemos pessoas interessantes, mas depois que o evento termina, esse contato se perde; um acompanhamento ajudaria muito”. Essa sugestão dialoga com a literatura sobre capital social e redes de apoio, em que a continuidade das interações fortalece a troca de conhecimento e a cooperação entre empreendedores (PIWOWAR-SULEJ; IQBAL, 2022; YU; CHOI; ZHENG, 2021).

2. Exposição a trajetórias similares: Os entrevistados reforçaram a importância de conhecer casos de empreendedores que começaram em contextos semelhantes, como comunidades ou microempresas, e que obtiveram sucesso. Eles acreditam que isso proporciona inspiração e permite visualizar caminhos de crescimento mais concretos. “Ver histórias de pessoas que começaram como eu e hoje estão consolidadas me dá motivação e mostra que é possível crescer mesmo com poucos recursos” (Entrevistado C). Complementou o entrevistado H: “Aprender com quem já passou pelos mesmos desafios ajuda a tomar decisões mais seguras para o meu negócio”. Essa percepção está alinhada com o aprendizado observacional e a influência de modelos de referência na construção da autoconfiança e na intenção empreendedora (SHAHEEN; NAJAF; TANG, 2023; UCHÔA DE OLIVEIRA, 2024).

3. Disseminação de inovação prática: Foi destacado que os eventos poderiam enfatizar soluções inovadoras que não dependam de tecnologias complexas, mostrando que a inovação também pode surgir da combinação de ideias simples para suprir lacunas do mercado. “Gostaria de ver mais exemplos práticos de inovação que a gente consegue aplicar no dia a dia, sem precisar de tecnologia cara” (Entrevistado B). Complementou o entrevistado G, quando disse: “Às vezes ideias simples podem transformar o negócio, e seria bom que os eventos mostrassem mais disso” (Entrevistado 7, Lucas). Essa sugestão reforça o conceito teórico de que microempreendedores podem alcançar crescimento sustentável ao aplicarem inovações incrementais ou sociais, mesmo sem recursos tecnológicos avançados (SEBRAE Paraná, 2024; LOPES *et al.*, 2023).

4. Apoio estratégico personalizado: Os entrevistados mencionaram que seria útil ter suporte direcionado às necessidades específicas de microempreendedores, como orientação sobre gestão financeira, *marketing* e desenvolvimento de canais de vendas. “Muitas vezes precisamos de dicas específicas para o nosso negócio, e não apenas orientações genéricas” (Entrevistado F). Complementa o Entrevistado J: “Ter alguém para nos guiar sobre como organizar finanças ou criar estratégias de venda seria muito valioso” Esse ponto reflete os fundamentos teóricos sobre a importância de redes como ambientes de aprendizado coletivo e de transferência de conhecimento estratégico para o crescimento do empreendimento (GLOOR *et al.*, 2018; JOHN, 2024). Em síntese, as sugestões apontam para a necessidade

de redes mais estruturadas e contínuas, que combinem aprendizado, inspiração e suporte prático, de forma a maximizar os efeitos positivos sobre os microempreendedores individuais, em consonância com os princípios teóricos sobre capital social, inovação e crescimento sustentável.

## 5. CONCLUSÃO

Diante dos resultados obtidos, conclui-se que os objetivos gerais e específicos desta pesquisa foram alcançados, uma vez que a análise das entrevistas demonstrou que a participação em redes de relacionamento e eventos de networking contribui efetivamente para o crescimento sustentável do microempreendedor individual (MEI). A pesquisa também evidenciou que tais espaços favorecem a troca de experiências, o fortalecimento do capital social e a ampliação da visão estratégica dos participantes, fatores que impactam positivamente na gestão e no desenvolvimento de seus negócios. Os resultados apontam que o envolvimento do MEI em ambientes de aprendizagem coletiva estimula o compartilhamento de práticas, o acesso a novas informações e o desenvolvimento de habilidades empreendedoras, fortalecendo a capacidade de inovação e de tomada de decisão. Assim, confirma-se que a interação entre empreendedores é um elemento-chave para o avanço da competitividade e da sustentabilidade dos microempreendimentos, contribuindo para a consolidação do ecossistema empreendedor local. Além disso, a pesquisa reforça que a motivação para participar desses eventos está relacionada à busca por conhecimento, visibilidade e ampliação das redes de contato, o que demonstra uma postura ativa e estratégica por parte do microempreendedor individual. A partir dessa constatação, torna-se evidente que políticas públicas e programas de apoio ao empreendedorismo devem considerar o incentivo à criação e manutenção de espaços colaborativos, promovendo o fortalecimento da economia local e o desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios. Por outro lado, desafios como a falta de tempo, os custos de participação, a dificuldade de aplicar os aprendizados e o baixo engajamento em grupos limitam o aproveitamento das oportunidades. Tais achados indicam a necessidade de redes mais estruturadas, com acompanhamento pós-evento, suporte técnico contínuo e incentivo a práticas de inovação acessíveis.

Cabe destacar, contudo, algumas limitações metodológicas e operacionais do estudo. O número reduzido de participantes entrevistados constitui uma restrição que pode limitar a generalização dos resultados para outros contextos empreendedores. Além disso, a concentração das entrevistas exclusivamente no município de São Paulo impede uma análise comparativa entre diferentes regiões do país, o que poderia revelar nuances culturais, econômicas e estruturais distintas no comportamento dos microempreendedores individuais. Essas limitações, porém, não comprometem a validade dos achados, mas indicam caminhos promissores para futuras investigações com amostras mais amplas e abrangência geográfica maior.

Conclui-se, portanto, que a participação em redes empreendedoras não apenas estimula a motivação, mas também atua como um motor estratégico de

crescimento sustentável, fortalecendo habilidades, ampliando oportunidades e contribuindo para o desenvolvimento do ecossistema empreendedor local. Recomenda-se que estudos futuros aprofundem a análise longitudinal desses impactos, investigando como a permanência nessas redes influencia a performance, a inovação e a sustentabilidade dos microempreendimentos ao longo do tempo.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008. Dispõe sobre a regulamentação do Microempreendedor Individual. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 22 dez. 2008. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/lcp128.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp128.htm).

BRASIL. Ministério da Economia. MEMP divulga aumento de 5,1% de empresas abertas nos últimos quatro meses de 2023. Portal Gov.br, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/memp/pt-br/assuntos/noticias/memp-divulga-aumento-de-5-1-de-empresas-abertas-nos-ultimos-quatro-meses-de-2023>.

GLOOR, Peter A.; WOERNER, Stephanie L.; SCHODER, Detlef; FISCHBACH, Kai; FRONZETTI COLLADON, Andrea. Size does not matter – in the virtual world: comparing online social networking behaviour with business success of entrepreneurs. International Journal of Entrepreneurial Venturing, v. 10, n. 4, p. 435-455, 2018. DOI: 10.1504/IJEV.2018.093919.

GOVERNO FEDERAL. O que é o Microempreendedor Individual (MEI)? Brasília, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/perguntas-frequentes/o-que-e-o-microempreendedor-individual-mei/o-que-e-mei>.

JOHN, E. Show me your networks and I'll tell you your future: entrepreneurial networks and SME performance. Cogent Business & Management, v. 11, n. 1, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2363433>.

LOPES, R. M. A.; LIMA, E. de O.; GRECO, S. M. de S. S.; GIMENEZ, F. A. P.; BEDÊ, M. A. Usos e impactos da pesquisa GEM para o empreendedorismo. REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal, v. 12, n. 3, p. e2450, 2023.

NEVES, Clara Mockdece; SALZER, Eduardo Borba; MEIRELES, Juliana Fernandes Filgueiras; TOLEDO, Alesandra Freitas Ângelo; SALZER, Aline Borba; TOLEDO, Heglison Custódio; SILVA, Polyana de Castro; FERREIRA, Maria Elisa Caputo. Capítulo 20. In: SOUZA, Lucio Marques Vieira (Org.). Ciência do Esporte e Educação Física: pesquisas científicas inovadoras, interdisciplinares e contextualizadas. [S.l.]: Atena, 2021. p. 236.

PIWOWAR-SULEJ, Katarzyna; IQBAL, Muhammad. How social network influences the growth of entrepreneurial enterprises. SAGE Open, Los Angeles, v. 12, n. 2, p. 1-14, 2022. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/21582440221108178>.

SEBRAE. Sobrevivência das empresas mercantis brasileiras: 2017–2022. Brasília, DF: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE, 2024. Disponível

em: [https://sebraepr.com.br/wp-content/uploads/2024/12/PUB\\_-Relatorio-Tecnico-Sobrevivencia-das-Empresas-Mercantis-Brasileiras-2017-2022.pdf](https://sebraepr.com.br/wp-content/uploads/2024/12/PUB_-Relatorio-Tecnico-Sobrevivencia-das-Empresas-Mercantis-Brasileiras-2017-2022.pdf)

SEBRAE. MEI representa a importância do microempreendedor no cenário político e econômico. 2024. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/mei-representa-a-importancia-do-microempreendedor-no-cenario-politico,f5e2b51d50614810VgnVCM100000d701210aRCRD>.

SEBRAE Paraná. Impactos do MEI na economia brasileira. 2024. Disponível em: <https://sebraepr.com.br/impulsiona/impactos-do-mei-na-economia-brasileira>.

SHAHEEN, R.; NAJAF, K.; TANG, Y. Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: examining the moderating role of entrepreneurial self-efficacy. Journal of Innovation and Entrepreneurship, v. 12, n. 1, p. 1–17, 2023. Disponível em: <https://innovation-entrepreneurship.springeropen.com/articles/10.1186/s13731-023-00358-0>.

UCHÔA DE OLIVEIRA, Flávia Manuella. A psicologia de David McClelland e a empreendedorização do Brasil. Estudos de Administração e Sociedade, v. 9, n. 2, p. 4–27, 2024. DOI: 10.22409/eas.v9i2.61553. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/revistaeas/article/view/61553>.

YU, W.; CHOI, M.; ZHENG, J. How do different types of entrepreneurial networks and decision-making influence the identification of entrepreneurial opportunities? Frontiers in Psychology, v. 12, p. 683285, 2021. Disponível em: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2021.683285/full>

Os conteúdos expressos no trabalho, assim como os direitos autorais de figuras e dados, bem como sua revisão ortográfica e das normas são de inteira responsabilidade do(s) autor(es).

O(s) autor(es) do trabalho declara(m) que durante a preparação do manuscrito foram utilizadas as ferramentas ChatGPT e Turboscribe de Inteligência Artificial (IA) para auxílio na redação, tradução e revisão do conteúdo do texto. Após utilizar estas ferramentas, os autores editaram e revisaram o conteúdo conforme necessário e assumem total responsabilidade pelo conteúdo da publicação.