

FEIRA DO EMPREENDEDOR EXPO-FAZENDA GRANDE: CATALISANDO O EMPREENDEDORISMO LOCAL E O DESENVOLVIMENTO COMUNITÁRIO

Karine Gama Silveira Soares¹
Liliani Rodrigues Oliveira²
Camila Molena De Assis³

DOI-Geral: <http://dx.doi.org/10.47538/CONEC-2025.02>

DOI-Individual: <http://dx.doi.org/10.47538/CONEC-2025.02-41>

RESUMO: A Feira do Empreendedor Expo–Fazenda Grande surgiu a partir da necessidade identificada pela comunidade em ampliar o acesso a produtos e serviços dentro do próprio bairro, fortalecendo pequenos negócios e promovendo a circulação econômica local. O evento evoluiu de uma iniciativa simples para um espaço estruturado de incentivo ao empreendedorismo, sobretudo feminino, articulando conhecimentos acadêmicos de organização de eventos com práticas comunitárias. O presente trabalho tem como objetivo analisar a importância da feira para o desenvolvimento do empreendedorismo local, investigando sua contribuição para a geração de renda, visibilidade de negócios, criação de redes de colaboração e estímulo ao desenvolvimento social e econômico na região. A metodologia adotada combina pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo, utilizando um formulário on-line aplicado às expositoras para coleta de dados quantitativos e qualitativos relacionados ao perfil profissional, tempo de atuação, formalização, motivações, percepções sobre o evento e impactos gerados. Os resultados demonstram predominância do empreendedorismo feminino, diversidade de segmentos participantes, presença significativa de empreendedoras formalizadas e forte influência da feira na divulgação das marcas e na conquista de novos clientes. A participação na Expo é percebida como oportunidade de aprendizado, troca de experiências, fortalecimento de vínculos e construção de redes de apoio entre empreendedoras. Além disso, a organização da feira mostrou-se eficiente ao incorporar técnicas de planejamento, pesquisa de público, estratégias de divulgação e melhorias estruturais ao longo das edições. Conclui-se que a Expo–Fazenda Grande atua como catalisadora do desenvolvimento comunitário e do empreendedorismo local, constituindo um ambiente de crescimento econômico, valorização cultural e engajamento social. Embora o estudo apresente limitações, como o número reduzido de respondentes e a falta de acompanhamento longitudinal, evidencia-se o potencial da feira como modelo de ação empreendedora comunitária, com perspectivas de expansão e aprimoramento contínuo.

Palavras-chave: Economia criativa; Organização de eventos; Sustentabilidade.

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo, segundo o Sebrae (2025), refere-se à capacidade de transformar ideias em ações, articulando criatividade, imaginação e inovação. No

¹ karine.soares@fatec.sp.gov.br

² liliani.oliveira@fatec.sp.gov.br

³ camila.molena@fatec.sp.gov.br

contexto contemporâneo, essa prática está fortemente associada à economia criativa, a qual se fundamenta em modelos de negócios baseados no conhecimento, na originalidade e no capital intelectual. A Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) destaca que essa economia abrange áreas como patrimônio natural e cultural, artes visuais, espetáculos, produção editorial e mídias audiovisuais, sendo reconhecida por seu potencial de impulsionar o crescimento econômico e promover o desenvolvimento sustentável. Essas áreas, conforme apresenta o Sebraeplay (2025), incluem desde artesanato, feiras, espetáculos e festivais até cinema, mídias interativas, fotografia, periódicos e museus, configurando um amplo ecossistema de práticas culturais e econômicas.

Nesse cenário, as feiras assumem papel estratégico como espaços de circulação econômica, social e cultural. De acordo com Coutinho (2006), esses eventos contribuem para o fortalecimento das práticas produtivas locais ao facilitar o escoamento da produção familiar, comercializar produtos a preços acessíveis, valorizar o artesanato, promover integração social e preservar tradições comunitárias. Além disso, as feiras podem ser compreendidas como expressões do empreendedorismo sustentável, na medida em que articulam criação de valor com benefícios sociais e ambientais. Conforme argumentam Boszczowski e Teixeira (2012), iniciativas dessa natureza buscam não apenas crescimento econômico, mas também soluções para problemas ambientais e sociais, ampliando sua relevância para o desenvolvimento local.

O empreendedorismo local, por sua vez, refere-se a iniciativas de negócios que surgem dentro de comunidades específicas, com o intuito de atender demandas cotidianas, gerar empregos e fortalecer a economia regional. Essas práticas favorecem o desenvolvimento social ao ampliar oportunidades de renda, incentivar a autonomia financeira e valorizar negócios emergentes. Assim, fortalecer o empreendedorismo local torna-se fundamental para promover dinamismo econômico e estimular a vitalidade das comunidades.

A Feira do Empreendedor Expo-Fazenda Grande insere-se diretamente nesse contexto, atuando como plataforma de visibilidade, comercialização e aprendizagem para empreendedores da região. O evento oferece um ambiente favorável à exposição de produtos e serviços, ao contato com potenciais clientes e ao estabelecimento de parcerias,

funcionando como um espaço de networking essencial para a ampliação do alcance e da competitividade dos negócios. Sob a perspectiva de Porter (1998), a competitividade territorial é construída a partir da inovação e da criação de redes colaborativas, elementos claramente observados na dinâmica da Expo-Fazenda Grande. Da mesma forma, Drucker (1985) destaca que o desenvolvimento econômico local depende da capacidade de empreender em resposta às necessidades específicas das comunidades, de modo que eventos como a feira se tornam impulsionadores de crescimento sustentável.

Diante disso, o presente trabalho tem como objetivo analisar a importância da Feira do Empreendedor Expo-Fazenda Grande para o desenvolvimento do empreendedorismo local. Busca-se compreender como a feira contribui para o fortalecimento da economia regional, para o aumento da visibilidade e das vendas dos empreendedores, para a criação de redes de colaboração, para a geração de oportunidades de negócios e para a valorização social e cultural da comunidade. Além disso, pretende-se examinar o papel do evento na promoção de práticas alinhadas ao empreendedorismo sustentável, investigando seu impacto integrado nos âmbitos econômico, social e cultural da região.

MATERIAL E MÉTODOS

A compreensão da importância da Feira do Empreendedor Expo-Fazenda Grande para o desenvolvimento do empreendedorismo local fundamenta-se na articulação entre pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo. Paralelamente, a pesquisa de campo foi conduzida como estratégia essencial para compreender o impacto concreto da feira sobre o público participante e sobre a economia local. A coleta de dados ocorreu por meio de um formulário estruturado, desenvolvido especificamente para as expositoras da Expo-Fazenda Grande. O instrumento, elaborado no *Google Forms* e disponibilizado digitalmente, contemplou questões fechadas e abertas distribuídas em quatro eixos principais: perfil socioeconômico das empreendedoras, caracterização dos negócios, avaliação da feira e percepções sobre impacto econômico e social. O formulário inclui com itens como gênero, segmento de atuação, tempo de funcionamento do negócio, formalização como MEI, motivações para empreender, experiência no evento, aumento de clientes e percepção sobre a contribuição da feira para a economia local.

A presença de perguntas qualitativas, como “O que mais gostou na feira?” e “Deixe um comentário ou sugestão final”, permitiu captar percepções subjetivas e experiências individuais das expositoras, enriquecendo a análise com elementos descritivos sobre organização, acolhimento, divulgação e oportunidades de negócios. Já as questões fechadas possibilitaram gerar dados quantitativos, como porcentagem de MEIs, principais motivações, avaliação da organização e impacto nas vendas, garantindo maior rigor ao estudo.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A EXPO – Fazenda Grande surgiu a partir da percepção da Associação de Moradores sobre as dificuldades enfrentadas pela comunidade para acessar determinados produtos e serviços dentro do próprio bairro. Observou-se uma demanda crescente por itens variados e, diante desse cenário, a diretoria decidiu organizar uma feira local como forma de estimular o empreendedorismo e facilitar o acesso da população a pequenos negócios da região.

Inicialmente, a proposta foi voltada exclusivamente para empreendedoras do bairro. Os cadastros foram realizados por meio do WhatsApp e, após a primeira reunião, definiu-se que o evento ocorreria aos domingos. A primeira edição contou com expositoras dos segmentos de artesanato, bijuterias, cosméticos, vestuário e alimentação (pastéis, porções e bebidas). Apesar do empenho das participantes, os resultados não atenderam às expectativas da organização.

A formação acadêmica na área de eventos, oferece um conjunto articulado de conhecimentos e competências que habilitam o estudante a planejar e executar uma feira com eficiência, articulando teoria e prática em um contexto real de aplicação. Ao longo do percurso formativo, são desenvolvidas capacidades essenciais, como o planejamento e a organização de eventos, permitindo que o aluno compreenda as etapas que envolvem a concepção, a definição de objetivos, a identificação do público-alvo, o estabelecimento de cronogramas e a gestão dos recursos necessários. A pesquisa de mercado, também trabalhada nas disciplinas, possibilita a realização de diagnósticos precisos para embasar decisões estratégicas, como a escolha do melhor dia, local ou formato para o evento, mediante a coleta e análise de dados da comunidade.

Assim, o know-how adquirido na faculdade possibilitou o desenvolvimento de um olhar crítico e competente para conceber, operacionalizar e aprimorar uma feira, integrando metodologias de gestão, empreendedorismo, comunicação e responsabilidade social em um processo formativo que extrapola a sala de aula e impacta diretamente a comunidade.

A organização da segunda edição começou com uma pesquisa com objetivo de identificar o dia mais adequado para a feira. Através do levantamento verificou-se que sexta-feira e sábado seriam mais favoráveis, motivando uma reestruturação do evento. Na segunda edição, já eram 30 expositoras, evidenciando maior mobilização e interesse. Em reunião conjunta, definiu-se também a contratação de um cantor para atrair público e a disponibilização de um brinquedo inflável (pula-pula) para as crianças, com o objetivo de oferecer mais conforto às famílias e incentivar a permanência no local. O resultado foi extremamente positivo, com maior engajamento, troca de experiências e fortalecimento das relações empreendedoras.

A Figura 1 apresenta a foto documentativa de Feira em sua 3ª, 4ª e 5ª edição, com o crescimento da feira, tornou-se necessário ampliar as vagas para empreendedoras de outros bairros, o que trouxe maior diversidade de produtos e favoreceu o intercâmbio entre diferentes iniciativas locais. Além disso, passou-se a incentivar a participação das expositoras em feiras maiores, promovendo desenvolvimento profissional e fortalecendo a rede de networking criada a partir da EXPO, onde elas compartilham ideias, desafios e oportunidades de negócios.

Figura 1: Registro da Expo-Fazenda Grande a) 3ª edição, b) 4ª edição, c) 5ª edição



a)



b)

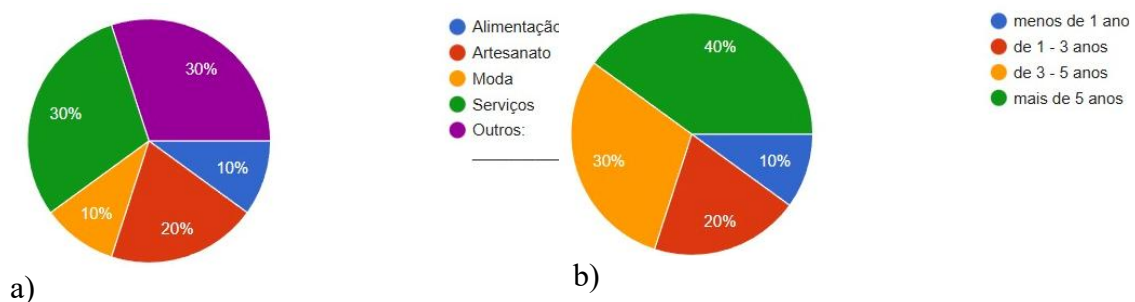


c)

Fonte: Acervo pessoal da autora, 2025

A análise dos dados obtidos por meio da pesquisa de campo realizada com as expositoras da Feira do Empreendedor Expo–Fazenda Grande evidencia o impacto significativo do evento no fortalecimento do empreendedorismo local. Entre os dez participantes que responderam ao questionário, observa-se que 80% se identificam com o gênero feminino, o que confirma a predominância das mulheres em iniciativas empreendedoras na comunidade, resultado coerente com estudos do Sebrae (2025), que apontam o empreendedorismo feminino como estratégia de autonomia econômica e reorganização das dinâmicas familiares. A Figura 2 a apresenta os resultados sobre a análise do segmento de mercado e a 2 b os resultados sobre tempo de funcionamento dos negócios.

Figura 2 – x Dados percentuais da a) análise do segmento de mercado, b) análise de tempo de funcionamento dos negócios



Fonte: Autoria própria, 2025

Quanto aos segmentos de atuação, verificou-se uma diversidade representativa, distribuída entre alimentação (10%), artesanato (20%), moda (10%), serviços (30%) e outras categorias (30%), refletindo um ecossistema marcado pela criatividade e pela ampla variedade de produtos e serviços ofertados, características inerentes à economia criativa conforme descrito pela UNCTAD (Figura 2 a)

Em relação ao tempo de funcionamento dos negócios, a maioria dos empreendedores possui experiência consolidada: 40% atuam há mais de cinco anos, 30% entre três e cinco anos, 20% entre um e três anos e apenas 10% estão no mercado há menos de um ano (Figura 2b).

Essa combinação de perfis experientes e iniciantes reforça o papel da feira como espaço de aprendizagem mútua e troca de conhecimentos, articulando práticas colaborativas que, segundo Porter (1998), fortalecem a competitividade territorial. Outro aspecto relevante é o grau de formalização: 80% das expositoras são registradas como MEI, indicando um elevado nível de profissionalização e acesso a benefícios legais e linhas de apoio, ao passo que 20% ainda permanecem na informalidade.

Os dados também revelam que a decisão de empreender está associada a múltiplas motivações. Entre as participantes, 30% iniciaram suas atividades visando aumentar a renda, enquanto fatores como autonomia no próprio negócio, mudança de ramo profissional, flexibilidade para convivência com a família, realização pessoal e aspectos terapêuticos foram igualmente mencionados, cada um representando 20% das respostas. Tais motivações demonstram que o empreendedorismo local cumpre não apenas uma função econômica, mas também social e emocional, alinhando-se à perspectiva de Boszczowski e Teixeira (2012) sobre o empreendedorismo sustentável como instrumento de transformação comunitária.

A pesquisa mostrou ainda que todas as respondentes participaram da Expo pela primeira vez, evidenciando a capacidade da feira de atrair novos negócios e expandir sua rede de empreendedores. As formas de divulgação que levaram essas empreendedoras ao evento revelam o papel das redes sociais e das relações interpessoais no contexto comunitário: 40% souberam da feira por indicações pessoais, 40% pelas redes sociais e 20% por outros meios. Esses dados reforçam a importância das redes de sociabilidade

como mecanismo de mobilização e difusão, o que contribui para o dinamismo econômico do território.

A avaliação da organização da feira foi altamente positiva, com 50% classificando o evento como excelente e 50% como bom, não havendo menções negativas. A principal motivação das participantes para integrar a feira foi a divulgação de suas marcas (60%), seguida do aumento das vendas (30%) e do networking (10%). Isso sugere que a feira não é percebida apenas como espaço de comercialização imediata, mas como ambiente estratégico de visibilidade, fortalecimento da marca e construção de relações comerciais duradouras. O impacto econômico direto também foi significativo: 100% das empreendedoras relataram ter conquistado novos clientes após o evento, dado que confirma o êxito da feira enquanto plataforma de circulação econômica e oportunidade de expansão de mercado, conforme já defendido por Coutinho (2006) ao analisar o papel das feiras na economia local.

A análise das respostas qualitativas complementa e aprofunda os resultados quantitativos obtidos na pesquisa de campo, revelando percepções importantes sobre a experiência das expositoras na Expo-Fazenda Grande. A percepção de que o evento é bem-organizado, aspecto mencionado diretamente em uma das respostas e reforçado pelo equilíbrio observado na avaliação formal, em que 50% classificaram a organização como excelente e 50% como boa. Esse reconhecimento por parte das expositoras demonstra que a gestão da feira, mesmo com recursos limitados, tem sido eficaz em criar um ambiente agradável, seguro e funcional, o que se alinha às recomendações de boas práticas em organização de eventos e gestão comunitária.

Em relação ao impacto econômico imediato, todas as participantes (100%) declararam ter conquistado novos clientes após o evento, reforçando o potencial da feira como propulsora de visibilidade e expansão de mercado para pequenos negócios. Além disso, 70% afirmaram que a feira contribuiu para divulgar seus produtos na comunidade, enquanto 30% relataram que essa divulgação ocorreu de maneira parcial, indicando que, embora o alcance tenha sido significativo, ainda há espaço para ampliação das estratégias de comunicação e promoção.

No que diz respeito ao papel do evento no desenvolvimento comunitário, os resultados são expressivos: 100% das empreendedoras consideraram que a feira contribui

para impulsionar a economia local, corroborando autores como Coutinho (2006), que defendem as feiras como instrumentos de dinamização econômica, cultural e social em territórios periféricos. Essa percepção positiva está diretamente associada ao fato de 100% das respondentes manifestarem interesse em participar das próximas edições, o que evidencia um nível elevado de satisfação e engajamento continuado.

Outro aspecto relevante refere-se ao suporte oferecido pela organização do evento. Embora 50% das participantes tenham afirmado ter recebido orientações ou treinamentos antes ou durante a feira, 30% responderam negativamente e 20% relataram ter recebido tais informações apenas parcialmente. Esse resultado indica que, apesar da existência de ações de apoio, há potencial para o aprimoramento de práticas formativas, especialmente no que se refere à capacitação em vendas, exposição de produtos, marketing digital e gestão financeira, conforme recomendado por iniciativas de empreendedorismo comunitário promovidas por instituições como o Sebrae.

Os comentários espontâneos fornecidos na pergunta aberta revelam a valorização de elementos intangíveis que extrapolam o aspecto comercial da feira. As participantes destacam, entre os pontos positivos, o acolhimento dos organizadores, o espaço para conhecer novos empreendedores, a troca de experiências, o networking, a amizade, o ambiente leve e colaborativo e o baixo custo para participação. Tais elementos reforçam o caráter relacional da feira, que funciona não apenas como plataforma de vendas, mas como ambiente de socialização, construção de identidade comunitária e fortalecimento das redes de apoio entre empreendedores dimensões destacadas por Boszczowski e Teixeira (2012) ao tratar do empreendedorismo sustentável e das práticas coletivas que promovem bem-estar e desenvolvimento social.

De modo geral, os resultados indicam que a Expo–Fazenda Grande vai além de um espaço de comercialização e divulgação: trata-se de um ambiente de fortalecimento da comunidade empreendedora, no qual circulam apoio emocional, aprendizagem coletiva, estímulo à formalização e oportunidades de crescimento econômico. A satisfação elevada, a intenção unânime de continuidade e o reconhecimento dos impactos positivos apontam para um evento que cumpre sua função social e econômica, contribuindo de maneira significativa para o desenvolvimento territorial, conforme discutido por Porter (1998) e Drucker (1985). Assim, evidencia-se que a feira

desempenha papel central na promoção do empreendedorismo local, fortalecendo laços comunitários e ampliando perspectivas de renda e autonomia para os empreendedores da região.

Os resultados obtidos demonstram que a Expo–Fazenda Grande cumpre uma função essencial no fortalecimento do empreendedorismo local, articulando geração de renda, estímulo à criatividade, valorização cultural e promoção de redes colaborativas. A partir dos dados analisados, é possível afirmar que o evento se configura como um importante instrumento de desenvolvimento social e econômico, contribuindo para a dinamização da economia regional, a ampliação da visibilidade dos pequenos negócios, o incentivo à formalização e a construção de vínculos comunitários mais sólidos. Tais evidências reforçam a relevância das feiras como agentes de transformação territorial, alinhadas aos princípios da economia criativa e do empreendedorismo sustentável.

Atualmente, a EXPO encontra-se em sua nona edição, mais consolidada e com estrutura aprimorada. As expositoras contribuem com uma taxa simbólica, totalmente revertida em melhorias para o evento. As estratégias de divulgação também foram ampliadas, incluindo a criação de um perfil no Instagram, a contratação de carro de som e o apoio de uma fotógrafa profissional responsável pelas postagens e pela identidade visual da feira.

CONCLUSÃO

A pesquisa evidenciou que a Feira do Empreendedor Expo–Fazenda Grande desempenha papel central no fortalecimento do empreendedorismo local, ampliando renda, visibilidade e integração entre pequenos negócios da comunidade. Os resultados mostram impacto econômico imediato, formação de redes colaborativas e estímulo a práticas empreendedoras sustentáveis, atendendo plenamente aos objetivos do estudo.

Constatou-se também que o conhecimento da área de eventos foi decisivo para a evolução da feira. O uso de técnicas de planejamento, pesquisa de público, gestão e comunicação permitiu reestruturar o evento, melhorar a experiência das expositoras e ampliar o alcance do público, transformando uma iniciativa comunitária em um projeto organizado e em constante crescimento.

Entre as limitações, destacam-se o número restrito de respondentes e a ausência de acompanhamento longitudinal, que reduz a possibilidade de generalização dos resultados. Há ainda necessidade de aprofundar a compreensão das demandas das expositoras e de fortalecer ações contínuas de capacitação.

Como perspectivas futuras, pretende-se ampliar a amostra, incluir indicadores econômicos mais precisos, comparar a feira com outras iniciativas semelhantes e aprimorar processos de avaliação. Sugere-se ainda investir em formação em marketing digital e gestão, além do uso de tecnologias para otimizar organização e divulgação.

Conclui-se que a Expo-Fazenda Grande é uma iniciativa bem-sucedida, fortalecida pela aplicação de conhecimentos técnicos de organização de eventos. A integração entre teoria e prática promoveu melhorias estruturais, maior engajamento e impacto social ampliado, indicando potencial para tornar-se um modelo de empreendedorismo comunitário e desenvolvimento territorial.

REFERÊNCIAS

BOSZCZOWSKI, A. K.; TEIXEIRA, R. M. O empreendedorismo sustentável e o processo empreendedor: em busca de oportunidades de novos negócios como solução para problemas sociais e ambientais. **Revista Economia & Gestão**, v. 12, n. 29, p. 141-168, 2012.

DRUCKER, P. F. (1985). **Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles**. Harper & Row, 1985.

COUTINHO, E. P. *et al.* **Feiras livres do brejo paraibano: crise e perspectivas**. 2006.

PORTER, M. E. **On Competition**. Harvard Business School Press, 1998

SEBRAE. **O que é ser empreendedor**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empreendedor,ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD> . Acesso em: 21 mar 2025.

SEBRAE. **O que é economia criativa** Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o->. Acesso em: 21 mar2025.

SEBRAE. **As 5 Forças de Porter**. 2011. Disponível em: https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME_5-Forcas-Porter.PDF. Acesso em: 02 abr. 2025.

SEBRAEPLAY. **Economia criativa: o que é e que áreas compreende** .<https://sebraeplay.com.br/content/economia-criativa-o-que-ee-que-are>. Acesso em: 02 abr. 2025.