

**FACULDADE VALE DO CRICARÉ  
MESTRADO PROFISSIONAL EM CIÊNCIA,  
TECNOLOGIA E EDUCAÇÃO**

**VIVIAN HANNAH MOTA DE ANDRADE**

**GESTÃO EMPRESARIAL: UM ESTUDO SOBRE O  
MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL DO SETOR DE  
COMÉRCIO DO MUNICÍPIO DE SÃO MATEUS-ES**

**SÃO MATEUS-ES  
2020**

VIVIAN HANNAH MOTA DE ANDRADE

**GESTÃO EMPRESARIAL: UM ESTUDO SOBRE O  
MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL DO SETOR DE  
COMÉRCIO DO MUNICÍPIO DE SÃO MATEUS-ES**

Dissertação apresentada à Faculdade Vale do  
Cricaré como parte dos requisitos para obtenção do  
título de Mestre em Ciência, Tecnologia e  
Educação.

Área de concentração: Ciência, Tecnologia e  
Educação.

Orientador: Prof. Dr. José Geraldo Ferreira da Silva.

SÃO MATEUS-ES  
2020

Autorizada a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na publicação

Mestrado Profissional em Ciência, Tecnologia e Educação

Faculdade Vale do Cricaré – São Mateus – ES

A553g

ANDRADE, Vivian Hannah Mota de.

Gestão empresarial: um estudo sobre o Microempreendedor Individual do setor de comércio do município de São Mateus-ES / Vivian Hannah Mota de Andrade – São Mateus - ES, 2020.

88 f.: il.

Dissertação (Mestrado Profissional em Ciência, Tecnologia e Educação) – Faculdade Vale do Cricaré, São Mateus - ES, 2020.

Orientação: Prof. Dr. José Geraldo Ferreira da Silva.

1. Microempreendedor Individual. 2. Comércio. 3. Gestão empresarial. I. Silva, José Geraldo Ferreira da. II. Título.

CDD: 658.4013

**VIVIAN HANNAH MOTA DE ANDRADE**

**GESTÃO EMPRESARIAL: UM ESTUDO SOBRE O  
MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL DO SETOR DE  
COMÉRCIO DO MUNICÍPIO DE SÃO MATEUS - ES**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência, Tecnologia e Educação da Faculdade Vale do Cricaré (FVC), como requisito parcial para obtenção do título de Mestra em Ciência, Tecnologia e Educação, na área de concentração Ciência, Tecnologia e Educação.

Aprovado em 29 de novembro de 2019.

**COMISSÃO EXAMINADORA**




---

**Prof. Dr. José Geraldo Ferreira da Silva**  
Faculdade Vale do Cricaré (FVC)  
Orientador



---

**Prof. Dr. Marcus Antonius da Costa Nunes**  
Faculdade Vale do Cricaré (FVC)



---

**Profa. Dra. Célia Jaqueline Sanz Rodriguez**  
Instituto Capixaba de Pesquisa,  
Assistência Técnica e Extensão Rural,  
(INCAPER)

## **AGRADECIMENTO**

Ao Prof. Dr. José Geraldo Ferreira da Silva por todas as contribuições e ensinamentos.

À minha família, por ser minha base e pelo incentivo aos estudos.

Às minhas amigas, Geilda, Ingrid, Marlene e Karla, pela força, sem vocês teria sido muito mais difícil.

Ao meu namorado, Italo Vasconcelos Neto, pelo amor, incentivo e compreensão da minha ausência.

Aos meus colegas de trabalho pelo incentivo.

## RESUMO

ANDRADE, Vivian Hannah Mota de. **Gestão empresarial: um estudo sobre o Microempreendedor Individual do setor de comércio no município de São Mateus-ES**. 2020. 88 f. Dissertação – Faculdade Vale do Cricaré de São Mateus, ES, 2019.

O comércio é um dos setores que mais contribui para a economia do município de São Mateus, nele nota-se uma grande quantidade de micro e pequenas empresas, destacando-se o Microempreendedor Individual. Diante disto, este trabalho tem o propósito de contribuir com informações que possam auxiliar a gestão empresarial dos Microempreendedores Individuais do setor de comércio no município de São Mateus; traçando o perfil desses empreendedores, identificando suas principais necessidades gerenciais e seu conhecimento sobre as instituições de apoio presentes no município; e possibilitar soluções para o enfrentamento das necessidades identificadas. Para isso, foi realizada uma pesquisa de campo no município, entre os meses de julho e agosto do ano de 2019, aplicando-se questionários a um grupo de 92 Microempreendedores Individuais comerciantes. Concluiu-se que os MEI's entrevistados são adultos, com poucos jovens empreendedores; possuem um bom nível de escolaridade; conhecem os direitos e obrigações da formalização, e as instituições de apoio, como o SEBRAE; para a maioria o MEI é sua única fonte de renda; contudo, necessitam de auxílio na abertura do negócio para que se mantenham sustentáveis e tenham menos dificuldades na condução e gestão do negócio. Diante disso, recomenda-se ao Governo e às instituições de apoio ao empreendedorismo que trabalhem para alcançar esse público, sugere-se também que os MEI's busquem aprender e adquiram conhecimento para aprimorar seus negócios.

Palavras-chave: Microempreendedor Individual. Comércio. Gestão empresarial.

## ABSTRACT

ANDRADE, Vivian Hannah Mota de. **Business management: a study on the Microentrepreneur Individual of the commerce sector in the municipality of São Mateus-ES**. 2020. 88 f. Dissertation - Faculdade Vale do Cricaré of São Mateus, ES, 2019.

Trade is one of the sectors that most contributes to the economy of the municipality of São Mateus, in which there is a large amount of micro and small companies, especially the Individual Microentrepreneur. Given this, this work aims to contribute information that can help the business management of Individual Microentrepreneurs of the commerce sector in São Mateus; profiling these entrepreneurs, identifying their main managerial needs and their knowledge about the support institutions present in the municipality; and enable solutions to meet the identified needs. For this, a field research was carried out in the city, between July and August of 2019, applying questionnaires to a group of 92 Individual Microentrepreneurs merchants. It was concluded that the interviewed MEIs are adults, with few young entrepreneurs; have a good level of education; know the rights and obligations of formalization, and supporting institutions such as SEBRAE; for most MEI is their only source of income; however, they need assistance in opening the business to remain sustainable and have less difficulty conducting and managing the business. In view of this, it is recommended that the Government and the entrepreneurial support institutions work to reach this public, and it is also suggested that the MEIs seek to learn and acquire knowledge to improve their business.

Keywords: Individual Microentrepreneur. Trade. Business management.

## LISTA DE FIGURAS

|   |    |
|---|----|
| Figura 1 – Total acumulado de formalizações do MEI entre os anos de 2009 a abril de 2019, em todo o território brasileiro .....   | 28 |
| Figura 2 – Sexo dos Microempreendedores do comércio de São Mateus.....  | 33 |
| Figura 3 – Faixa etária dos Microempreendedores do comércio de São Mateus.....  | 34 |
| Figura 4 – Faixa etária por sexo dos Microempreendedores do comércio de São Mateus.....   | 35 |
| Figura 5 – Grau de escolaridade dos Microempreendedores do comércio de São Mateus.....  | 35 |
| Figura 6 – Grau de escolaridade por sexo dos Microempreendedores do comércio de São Mateus .....                                  | 36 |
| Figura 7 – Faturamento médio mensal do negócio dos Microempreendedores do comércio em São Mateus .....                            | 37 |
| Figura 8 – Faturamento médio mensal do negócio por sexo dos Microempreendedores do comércio em São Mateus .....                   | 38 |
| Figura 9 – Grau de escolaridade x Faturamento médio mensal do negócio dos Microempreendedores do comércio em São Mateus .....     | 39 |
| Figura 10 – Renda média mensal de outra fonte que não seja o MEI .....  | 40 |
| Figura 11 – Renda média mensal por sexo de outra fonte que não seja o MEI .....   | 41 |
| Figura 12 – Tempo de atuação como MEI do comércio em São Mateus.....  | 41 |
| Figura 13 – Tempo de atuação por sexo como MEI do comércio em São Mateus....  | 42 |
| Figura 14 – Motivos da formalização como MEI do comércio em São Mateus .....  | 43 |
| Figura 15 – Motivos da formalização como MEI do comércio em São Mateus por sexo .....   | 44 |
| Figura 16 – Principais dificuldades encontradas pelos MEI's do comércio em São Mateus para abrirem o seu negócio.....             | 45 |
| Figura 17 – Principais dificuldades encontradas pelos MEI's, por sexo, do comércio em São Mateus para abrirem o seu negócio ..... | 46 |
| Figura 18 – Nível de dificuldade para oficialização do negócio.....   | 47 |
| Figura 19 – Nível de dificuldade por sexo para oficialização do negócio.....  | 47 |
| Figura 20 – Maiores dificuldades encontradas na condução do negócio.....  | 48 |
| Figura 21 – Maiores dificuldades por sexo encontradas na condução do negócio....  | 49 |
| Figura 22 – Maiores dificuldades encontradas na gestão do negócio .....   | 50 |



|  |    |
|--|----|
| Figura 23 – Maiores dificuldades por sexo encontradas na gestão do negócio .....   | 51 |
| Figura 24 – Direitos e benefícios da formalização desconhecidos pelos MEI's do comércio em São Mateus .....  | 52 |
| Figura 25 – Direitos e benefícios da formalização desconhecidos pelos MEI's do comércio em São Mateus por sexo.....                                  | 52 |
| Figura 26 – Obrigações da formalização desconhecidas pelo MEI do comércio em São Mateus.....   | 53 |
| Figura 27 – Obrigações da formalização desconhecidas pelo MEI do comércio em São Mateus por sexo .....   | 54 |
| Figura 28 – Meios mais utilizados pelos MEI's do comércio em São Mateus na busca por informação para gerenciar o negócio .....                       | 55 |
| Figura 29 – Meios mais utilizados pelos MEI's por sexo do comércio em São Mateus na busca por informação para gerenciar o negócio .....              | 56 |
| Figura 30 – Instituições de apoio aos pequenos negócios conhecidas pelos MEI's do comércio em São Mateus .....                                       | 57 |
| Figura 31 – Instituições de apoio aos pequenos negócios conhecidas pelos MEI's por sexo do comércio em São Mateus.....                               | 58 |
| Figura 32 – Principal objetivo dos MEI's do comércio em São Mateus ao buscar as instituições de apoio.....   | 59 |
| Figura 33 – Principal objetivo dos MEI's por sexo do comércio em São Mateus ao buscar as instituições de apoio .....                                 | 59 |
| Figura 34 – Principal motivo, apontado pelos MEI's do comércio em São Mateus, pelo qual ainda não buscaram as instituições de apoio .....            | 60 |
| Figura 35 – Principal motivo, apontado pelos MEI's, por sexo, do comércio em São Mateus, pelo qual ainda não buscaram as instituições de apoio ..... | 61 |
| Figura 36 – Capacitações que as instituições deveriam fornecer, apontadas pelos MEI's do comércio em São Mateus .....                                | 62 |
| Figura 37 – Capacitações que as instituições deveriam fornecer, apontadas pelos MEI's, por sexo, do comércio em São Mateus .....                     | 63 |
| Figura 38 – Melhores dias da semana para participação em cursos/capacitações, apontados pelos MEI's do comércio em São Mateus.....                   | 64 |
| Figura 39 – Melhores dias da semana para participação em cursos/capacitações, apontados pelos MEI's, por sexo, do comércio em São Mateus.....        | 65 |
| Figura 40 – Horário mais conveniente para os MEI's do comércio em São Mateus   |    |

|   |    |
|---|----|
| participarem de curso/capacitação .....   | 66 |
| Figura 41 – Horário mais conveniente para os MEI's, por sexo, do comércio em São Mateus participarem de curso/capacitação ..... | 66 |

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

|            |  |
|------------|--|
| CDL        | Câmara de Dirigentes Lojistas  |
| CNPJ       | Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica   |
| DAS        | Documento de Arrecadação do Simples Nacional   |
| DASN-SIMEI | Declaração Anual Simplificada da Microempresa Individual   |
| EPP        | Empresa de Pequeno Porte   |
| FENACON    | Federação Nacional das Empresas de Serviços Contábeis e das Empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas                                  |
| ICMS       | Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação |
| INSS       | Instituto Nacional do Seguro Social  |
| ISS        | Imposto sobre Serviços   |
| ME         | Microempresa   |
| MEI        | Microempreendedor Individual   |
| MPEs       | Micro e Pequenas Empresas  |
| SEBRAE     | Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas   |
| SENAC      | Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial   |
| SENAI      | Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial  |

## SUMÁRIO

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1 INTRODUÇÃO .....</b>   | <b>12</b> |
| <b>2 GESTÃO DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS .....</b>  | <b>20</b> |
| 2.1 PEQUENAS EMPRESAS E SUAS DEFINIÇÕES POR PORTE E SETOR .....   | 24        |
| 2.1.1 O Microempreendedor Individual e suas particularidades .....  | 25        |
| 2.2 DISPONIBILIDADE DE APOIO AO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL .....  | 28        |
| 2.2.1 Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL).....  | 29        |
| 2.2.2 Contador .....  | 29        |
| 2.2.3 Prefeitura Municipal .....  | 30        |
| 2.2.4 Serviço Brasileiro De Apoio Às Micro E Pequenas Empresas (SEBRAE) .   | 30        |
| 2.2.5 Serviço Nacional De Aprendizagem Comercial (SENAC) .....  | 31        |
| 2.2.6 Serviço Nacional De Aprendizagem Industrial (SENAI).....  | 31        |
| <b>3 RESULTADOS E DISCUSSÕES .....</b>  | <b>32</b> |
| 3.1 PERFIL SOCIOECONÔMICO DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL .....   | 32        |
| 3.2 GESTÃO DO NEGÓCIO .....   | 43        |
| 3.3 CONHECIMENTO SOBRE INSTITUIÇÕES DE APOIO .....  | 54        |
| 3.4 SOLUÇÕES PARA O ENFRENTAMENTO DAS DIFICULDADES ENCONTRADAS<br>.....   | 67        |
| <b>4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>  | <b>70</b> |
| <b>REFERÊNCIAS.....</b>   | <b>73</b> |
| <b>APÊNDICE A – Questionário para aplicar aos Microempreendedores Individuais<br/>do ramo de comércio do município de São Mateus/ES .....</b> | <b>78</b> |
| <b>APÊNDICE B – Cartilha do Microempreendedor Individual: Orientações para um<br/>melhor gerenciamento do negócio .....</b>                   | <b>82</b> |

## 1 INTRODUÇÃO

Para a economia clássica, considerada como as teorias econômicas advindas da Revolução Industrial, a ampliação dos mercados e a garantia da liberdade comercial promovem de forma espontânea a harmonia entre o interesse da sociedade e o interesse individual. O homem evoluiu e a criação das práticas comerciais com fluxo de mercadorias também, promovendo a expansão do comércio. Os mascates e ambulantes levavam produtos de um lugar a outro, criando as feiras livres. Com o crescimento da população e entrada da mulher no mercado de trabalho, a necessidade de novos produtos e novas tecnologias se fizeram necessárias. Esse conjunto de pessoas e necessidades deu base para o comércio, o qual tem o poder de regular e promover os ajustes dos preços praticados (HUBERMAN, 1986).

A economia clássica viu no surgimento do mercado a forma de transformação da sociedade. Na medida em que as políticas de mercado tornavam-se determinantes, as lógicas econômicas prevaleciam nos momentos de decisão e os indicadores econômicos passaram a ter a importância de indicadores de eficácia social. A atividade comercial praticada pelo homem passa a ser a necessidade da interação econômica e social (HUBERMAN, 1986).

Diante disso, entende-se que o empreendedorismo é uma característica que se encontra na presente história, mas também em traços da antiga história do comércio, talvez não com tanta ênfase, mas discretamente. É possível observar traços do empreendedorismo passado, e sua evolução junto com as mudanças comerciais de geração em geração.

Dornelas (2001) aponta que no Brasil o conceito de empreendedorismo tem sido muito difundido a partir da década de 1990. Diante das tentativas de estabilização da economia e da globalização, as grandes empresas brasileiras tiveram de criar alternativas para manter-se no mercado, acarretando no aumento do desemprego, sendo a criação de novos negócios uma opção para os desempregados, mesmo não possuindo experiência e com pouco dinheiro. Muitos trabalham na informalidade por falta de crédito, excesso de impostos e altas taxas de juros. Deve-se considerar também os sujeitos que empreenderam motivados pela internet, e aqueles que herdaram os negócios da família.

No estudo realizado pelo GEM (Global Entrepreneurship Monitor), constatou-se que no Brasil houve um pequeno aumento na relação entre empreendedores que iniciam um negócio por oportunidade e por necessidade: em 2016 para cada empreendedor por necessidade havia 1,4 empreendedores por oportunidade, em 2017 aumentou para 1,5. Notou-se ainda que 59,4% dos empreendedores iniciam por oportunidade e 39,9% por necessidade.

Além disso, ao estudar a mentalidade da população brasileira, percebeu-se que uma boa parcela dos entrevistados (46,4%) enxerga boas oportunidades de negócio, entretanto, uma parcela pequena (17,9%) manifesta o desejo de ter um negócio próprio. A percepção sobre a melhoria no cenário do mercado de trabalho pode ser um fator para explicar esta divergência, e a abertura de um negócio deixa de ser prioridade para o brasileiro (GEM, 2017).

É importante salientar que o empreendedorismo está entre os principais fatores que contribuem para o aumento de renda nos estados brasileiros, independentemente se for por necessidade ou oportunidade. Acompanhando este raciocínio, acredita-se que as políticas públicas de incentivo ao empreendedorismo, como as de suporte financeiro, gerencial ou de regularização, possam contribuir para o desenvolvimento econômico do país (ALMEIDA; VALADARES; SEDIYAMA, 2017).

O empreendedorismo tornou-se uma preocupação do governo no que tange a criação de pequenas empresas e diminuição da taxa de mortalidade desses negócios. O que deu margem à elaboração de políticas públicas voltadas para as Micro e Pequena Empresas (MPEs), como ressaltado por Sarfati (2013), a nível regulatório foi instituída a Lei nº 9.317/1996, que ordena tratamento diferenciado às MPEs, e posteriormente a Lei nº 9.841/1999, que regula aspectos trabalhistas, de crédito e cria o Fórum Permanente das Micro e Pequenas Empresas; sendo ambas as leis revogadas pela Lei Complementar nº 123/2006, que instituiu o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresas de Pequeno Porte e estabeleceu normas gerais referentes ao tratamento diferenciado e favorecido às MPEs.

De acordo com Nardoto (2016), o comércio de São Mateus no Estado do Espírito Santo, iniciou-se no século XVIII e se desenvolveu até meados do século XX, em função do porto de São Mateus, devido ao único meio de transporte disponível até a década de 1930 que era o transporte fluvial. A mudança na logística de transporte ocorreu com o fim das atividades do trem de ferro e o transporte passou a ser rodoviário, acarretando grandes transformações no comércio da cidade. O município

de São Mateus viveu em decadência na metade do século XX, e restabeleceu o seu crescimento a partir do ano de 1967, com a implantação de projeto de plantio de eucalipto e com a descoberta do primeiro poço de petróleo, fato que impulsionou a economia local, trazendo regularização de novas descobertas de comercialização.

Atualmente, dentre as empresas que atuam no ramo de comércio no município, destaca-se o número de Microempreendedores Individuais (MEI's) que avançam ocupando uma boa fatia de mercado, na movimentação da economia do município e através da sua formalização contribuirão para configurar um novo mercado de trabalho, com isto, necessitam de apoio para continuar e ampliar seus negócios.

Os Microempreendedores Individuais (MEI) encontram-se em grande número no país, e é notória a sua importância no meio empresarial e no fortalecimento do mercado de trabalho para o desenvolvimento socioeconômico do país. Segundo o SEBRAE (2019), até janeiro de 2019, o número de MEIs representa 63,20% do total de empresas optantes pelo Simples Nacional (Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte), sendo 7,9 milhões de MEIs e 4,6 milhões de Microempresas e Empresas de Pequeno Porte.

Para incentivar e dar suporte aos pequenos negócios foi sancionada a Lei Complementar Federal 123/2006, que garante o tratamento diferenciado e favorecido e posteriormente, em 2008, houve uma alteração nesta lei para enquadrar a figura do MEI (LCF 123/2006). Diante disto, Batista et al. (2013, p. 109) afirma que:

É necessário mencionar que há uma conjugação entre o princípio do tratamento favorecido às microempresas e os princípios da busca pelo pleno emprego e da valorização do trabalho, a qual possibilita muitas pessoas procurarem nessa modalidade de empresa, uma possibilidade de uma vida digna. São exemplos de pedreiros, cabeleireiras, encanadores e etc., que se formalizam em virtude desse conjunto de ações que possibilitam um tratamento diferenciado a esses Microempreendedores e, conseqüentemente, gera emprego, renda e o fomento da economia.

A legislação supracitada acarretou no aumento da empregabilidade; da formalização dos negócios, diminuindo o número de pessoas que trabalham na informalidade; e da arrecadação tributária, contribuindo conseqüentemente para a economia do país. A formalização do MEI é uma oportunidade de profissionalização das atividades, gerando aquecimento da economia e principalmente o exercício da cidadania destes profissionais (MARIA e SOUZA, 2013).

O SEBRAE (2016), em pesquisa realizada entre 2010 e 2014, retrata que a taxa de sobrevivência das empresas com até 2 anos aumentou de 54% para 77%. Este número se deve em consequência do registro oficial dos MEI's que teve início em 2009. A pesquisa ainda aponta que a causa da mortalidade de empresas no país não se atribui a um único fator, mas a um conjunto de fatores como a situação do empresário antes da abertura, o planejamento dos negócios, a capacitação em gestão empresarial e a gestão do negócio em si.

Borges e Oliveira (2014) também corroboram este entendimento quando concluem que um conjunto de fatores influenciam o fechamento de micro e pequenas empresas, e a acumulação desses fatores aumentam as chances de mortalidade. Destacam também, que o cenário econômico e as políticas públicas de apoio às MPES tiveram uma evolução positiva, e há maior procura de empreendedores por capacitações e informações antes da abertura do negócio; entretanto, não houve melhora em relação à gestão empresarial, exigindo maior atenção nesse fator para evitar um aumento na taxa de mortalidade das MPES.

Diante disto, o presente trabalho se faz necessário por estudar as principais necessidades gerenciais do Microempreendedor Individual, mais estritamente do setor de comércio no município de São Mateus-ES. Com o intuito de ofertar à população mateense e região norte do Espírito Santo a identificação dos órgãos de apoio presentes no município, bem como o tipo de auxílio que realizam com o Microempreendedor Individual; ser um divulgador de informações que possam favorecer a capacitação dos futuros empreendedores; e, além disso, oferece a oportunidade de conhecer o perfil do empresariado mateense, neste caso o Microempreendedor Individual, que tem um importante papel na economia do município e região.

Enfim, trata-se de uma pesquisa importante para auxiliar e aprimorar o trabalho das entidades de apoio aos pequenos negócios, conhecendo as necessidades dos Microempreendedores Individuais do município, e, conseqüentemente, podendo ajudar no desenvolvimento sustentável dessas empresas. Isto posto, questiona-se: Qual é o perfil do Microempreendedor Individual do ramo comercial do município de São Mateus-ES e suas necessidades em relação à gestão empresarial?

Neste pensamento, o trabalho teve como objetivo geral contribuir com informações que possam auxiliar a gestão empresarial dos Microempreendedores



Individuais do setor de comércio no município de São Mateus-ES. Mais especificamente:

- Traçar o perfil do Microempreendedor Individual, do ramo de comércio, no município de São Mateus;
- Identificar as principais necessidades gerenciais enfrentadas pelos MEI's de São Mateus, e seu conhecimento sobre as instituições de apoio presentes no município;
- Comparar os resultados apresentados entre homens e mulheres;
- Possibilitar soluções para o enfrentamento das necessidades identificadas;
- Elaborar uma cartilha para o Microempreendedor Individual com orientações para um melhor gerenciamento do negócio.

Tendo em vista os objetivos de traçar o perfil e identificar as principais necessidades gerenciais enfrentadas pelo Microempreendedor Individual, do ramo de comércio, no município de São Mateus, foi realizado um levantamento de campo, considerando-se que segundo Gil (2008, p. 55):

As pesquisas desse tipo se caracterizam pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer. Basicamente, procede-se à solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para em seguida, mediante análise quantitativa, obter as conclusões correspondentes dos dados coletados.

Portanto, para realização da pesquisa junto a população de Microempreendedores Individuais no ramo de comércio do município, foi utilizado o questionário como técnica de pesquisa para medir as variáveis.

De acordo com Gil (2008, p. 121):

Pode-se definir questionário como a técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado etc.

Os questionários podem ser elaborados por escrito para serem aplicados aos respondentes, sendo auto-aplicados, ou seja, respondidos por escrito pelo próprio respondente. Também podem ser aplicados de forma oral pelo pesquisador, sendo designados como questionários aplicados com entrevista ou formulários (GIL, 2008).

Quando a entrevista é totalmente estruturada, com alternativas de resposta previamente estabelecidas, aproxima-se do questionário. Alguns autores preferem designar este procedimento como questionário por contato direto. Outros autores (Goode e Hatt, 1969; Nogueira, 1968; Trujillo Ferrari, 1970),

por sua vez, veem neste procedimento uma técnica distinta do questionário e da entrevista, e o designam como formulário. (GIL, 2008, p. 113)

Nesta pesquisa o questionário foi aplicado nas duas formas, de forma oral ou escrita, a depender da pessoa que o respondeu, de acordo com o nível de escolaridade, interpretação das perguntas, disponibilidade de tempo e outras circunstâncias. Para esta aplicação, participou a própria pesquisadora e foram contratados três entrevistadores que receberam treinamento e material para realizar o trabalho de coleta de dados de maneira eficiente.

Ainda em conformidade com os objetivos da pesquisa, o questionário do Apêndice A foi dividido em três partes: a primeira busca traçar o perfil do Microempreendedor Individual do setor comercial do município; a segunda para identificar as principais necessidades na gestão desses pequenos negócios; e a terceira para identificar o conhecimento dos MEI's quanto às instituições de apoio presentes no município.

A Tabela 1 apresenta a quantidade de empreendedores por tipo para o município de São Mateus. Verifica-se nesta tabela, que o município de São Mateus possui 6.838 Micro e Pequenas Empresas ativas, e desse total, 75,56% é representado pelo Microempreendedor Individual, dados atualizados em fevereiro de 2018 e obtidos em SEBRAE/NA, com base na Receita Federal.

Tabela 1 – Total de empresas por porte, registradas no município de São Mateus – ES até dezembro de 2014.

| Porte             | Quantidade | Percentual |
|-------------------|------------|------------|
| Pequeno Porte     | 451        | 6,6%       |
| MEI ***           | 5.167      | 75,6%      |
| Microempresa      | 1.220      | 17,8%      |
| Total de Empresas | 6.838      | 100%       |

Fonte: Informação pessoal<sup>1</sup> - \*\*\* Dado atualizado de Fevereiro/2018

Na Tabela 2 pode ser visualizada a quantidade de microempreendedores individuais por setor de atuação, considerando os dados até fevereiro de 2018. Com base nesta tabela, verifica-se que, deste total de Microempreendedores, 38,70% é representado pelo setor de comércio e 37,1% pertencem ao setor de serviços.

<sup>1</sup> ARAUJO, M. **Dúvida – MEI**. Mensagem recebida por vivian.hannah18@gmail.com em 22 de fev. 2018.

Verifica-se ainda que o setor da construção civil e da indústria detem 23,9% do número de MEI's

Tabela 2 – Total de MEI's por setor, registrados no município de São Mateus-ES, até fevereiro de 2018.

| Setor                 | Quantidade   | Percentual  |
|-----------------------|--------------|-------------|
| Agropecuária          | 9            | 0,2%        |
| Comércio              | 2.000        | 38,7%       |
| Construção Civil      | 550          | 10,6%       |
| Indústria             | 689          | 13,3%       |
| Serviços              | 1.916        | 37,1%       |
| N/D                   | 3            | 0,1%        |
| <b>Total de MEI's</b> | <b>5.167</b> | <b>100%</b> |

Fonte: Informação pessoal<sup>2</sup>

Para tornar possível a aplicação do questionário, faz-se necessário calcular a amostragem, considerando a população de 2.000 MEI's, nível de confiança de 95% e margem de erro de 10%, sendo resultado do cálculo da seguinte fórmula:

$$\frac{z^2 \times p (1 - p) / e^2}{1 + (z^2 \times p (1 - p) / e^2 N)}$$

Onde, a calculadora amostral online (Survey Monkey) define:

N = tamanho da população

e = margem de erro

Z = escore z, para o grau de confiança 95% o escore z é 1,96

p = proporção de 50%

Considerando-se que:

N = 2.000

e = 10%

Z = 1,96

p = 50%

Encontrou-se uma amostra de 92 Microempreendedores Individuais.

<sup>2</sup> ARAUJO, M. **Dúvida – MEI**. Mensagem recebida por vivian.hannah18@gmail.com em 22 de fev. 2018.

A pesquisa de campo foi realizada em horário comercial, entre 8h e 18h, no centro da cidade e nos bairros próximos, onde se encontram a maioria dos MEI's do ramo de comércio.

Para uma melhor estruturação do tema, dividiu-se a pesquisa em quatro capítulos: no primeiro foi realizada uma introdução para contextualizar acerca do empreendedorismo e a abertura de pequenos negócios no Brasil; bem como apresentar a justificativa, o problema, os objetivos geral e específicos, e o percurso metodológico que regem esta pesquisa.

No segundo capítulo são apresentados conceitos teóricos acerca dos termos empreendedor e administrador; aborda brevemente acerca da administração e sua importância para a sobrevivência das pequenas empresas; discorre sobre a classificação quanto ao porte dos pequenos negócios no Brasil, conceituando o Microempreendedor Individual por meio de Leis, e mostrando como esta figura está amparada para ter um ambiente propício a seu desenvolvimento.

O terceiro capítulo apresenta os resultados obtidos e faz discussões confrontando teoria e a realidade do município estudado, assim como, propõe soluções para o enfrentamento das dificuldades encontradas.

Por fim, no quarto capítulo trata-se das considerações finais, apresentando as conclusões da pesquisa, as recomendações ao Governo e às instituições de apoio aos pequenos negócios, e a sugestão de realização de outros trabalhos para que se conheça mais a fundo o perfil dos Microempreendedores Individuais do município de São Mateus.

## 2 GESTÃO DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Ao falar sobre pequenos negócios torna-se importante conhecer alguns conceitos acerca do termo empreendedor. Para Fillion (1999) definir este termo é um desafio, pois existem diversos pontos de vista para estudá-lo. Entretanto, define:

“O empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor” (FILION, 1999, p. 19).

De acordo com Dornelas (2001, p. 37 e 38):

[...] o empreendedor é aquele que detecta oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados. Em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor: Iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz. Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico onde vive. Aceita assumir os riscos e a possibilidade de fracassar.

Para Longenecker et al. (2015) os empreendedores enxergam as necessidades do mercado e criam empresas para atendê-las, assumindo riscos, estimulando mudanças, inovação e desenvolvimento da economia. Concluem ainda que é fundamental acrescentar o gerenciamento às empresas sem sacrificar o espírito empreendedor, o que significa que a paixão pelo negócio deve sempre acompanhar o empresário, que o papel de empreendedor, por sua vez deverá adquirir características de administrador para obter sucesso.

Diante disto, é importante considerar que o modelo de gestão empresarial aplicado nas grandes empresas pode não ser eficaz quando reproduzido nas pequenas empresas. Os conceitos são os mesmos, porém, devem ser adaptados à realidade existente em cada organização, pois cada uma apresenta suas características e cultura, além de os desafios serem diferentes.

Para Longenecker et al. (2015) muitas empresas pequenas possuem uma fraqueza gerencial, parte delas existe somente para a sobrevivência do proprietário, funcionam, mas não necessariamente possuem uma gestão. Observa-se que existe solução para essa fraqueza: a administração norteia o processo com qualidade. Para Drucker (1981) uma empresa só existe realmente na pessoa de seus administradores,

entretanto, qualquer empresa, independente do formato jurídico, precisa de uma administração para funcionar.

Ainda de acordo com Drucker (1981, p. 10):

[...] a administração de uma empresa não é uma questão de intuição ou capacidade nata; os elementos e requisitos de tal atividade podem ser analisados, organizados sistematicamente e transmitidos a qualquer pessoa com dotes intelectuais humanos normais.

Seguindo este pensamento, para garantir um bom desempenho das empresas e evitar sua mortalidade, pode-se entender que os empresários devem aprender os princípios e ferramentas da administração para gerirem seus negócios, e não ficarem fundamentados apenas em experiências empíricas, evitando o despreparo.

A princípio, é importante conhecer de modo geral algumas abordagens acerca da administração. Para Silva (2013, p. 6), “administração é um conjunto de atividades dirigidas à utilização eficiente e eficaz dos recursos, no sentido de alcançar um ou mais objetivos ou metas da organização.”

Chiavenato (1994, p. 28) colabora pontuando que “a administração não é um fim em si mesma, mas um meio de fazer com que as coisas sejam realizadas da melhor forma possível, com o menor custo e com a maior eficiência e eficácia.”

Outrossim, para Drucker (1981) a administração é uma prática, pois são as realizações que permanecem como metas e comprovam a eficácia da organização. À vista disso, sem uma administração de qualidade os recursos podem não ser utilizados da melhor maneira e sequer atingir os objetos da organização.

A administração possui quatro funções importantes, que fazem parte do processo de administrar que devem ser empregadas para alcançar os objetivos da organização. Elas são apresentadas por Silva (2013, p. 10) como sendo:

a) Planejamento: função na qual ocorre o estabelecimento de metas e objetivos, e a determinação de como os recursos serão utilizados; b) Organização: definição de departamentos e suas atividades, e alocação de recursos para cada um; c) Direção: envolve a condução das pessoas para que realizem suas atividades e alcancem os objetivos; d) Controle: é a função que analisa e melhora o desempenho da organização.

O ato de planejar é de fundamental importância para o desenvolvimento de uma organização. Direcionada por este planejamento deve-se então organizar seus recursos para que efetivamente possa direcionar suas ações para o alcance dos resultados almejados. A correta direção de todos os envolvidos no processo se torna parte importante do processo. Por fim, o controle, produzindo a continuidade do ciclo,

permitindo que a empresa possa evoluir e se manter em constante desenvolvimento.

Neste raciocínio, para uma melhor compreensão da gestão empresarial nos pequenos negócios e o papel desenvolvido pelo proprietário, é importante salientar alguns conceitos sobre o administrador. Dornelas (2001, p. 29) destaca o seguinte:

A abordagem clássica ou processual, com foco na impessoalidade, na organização e na hierarquia, propõe que o trabalho do administrador ou a arte de administrar concentre-se nos atos de planejar, organizar, dirigir e controlar. O principal divulgador desse princípio foi Henry Fayol, no início do século XX, e vários outros autores reformularam ou complementaram seus conceitos com o passar dos anos.

Por outro lado, na visão de Chiavenato (1994, p. 27):

[...] é um profissional cuja formação é extremamente ampla e variada: precisa conhecer disciplinas heterogêneas (como matemática, direito, psicologia, sociologia, estatística etc.); precisa lidar com pessoas [...] que lhe estão subordinadas ou que estão no mesmo nível ou acima dele; precisa estar atento aos eventos passados e presentes, bem como às previsões futuras, [...]; precisa lidar com eventos internos e externos [...]; precisa ver mais longe que os outros.

Dessa forma, para ser considerado um administrador se faz necessário conhecer vários campos da ciência, mesmo que a princípio não pareça estar relacionado diretamente ao campo da ciência da administração como: conhecer um pouco do ser humano, das práticas da psicologia, da sociologia, estatística, da economia, da biologia, da física, da química e tantas outras.

Para que se possa gerir, planejar, desenvolver, e ter total amplitude em eventos atuais e passados para definir o futuro, com menor probabilidades de erros, sem dúvidas o entendimento de todos estes campos é de fundamental importância para o conjunto necessário para alcançar o máximo de resultados possíveis.

Então, o administrador precisa ser um indivíduo estudioso, com noções amplas de conhecimento em gerir processos, como também saber usar as estratégias necessárias para atingir os bons resultados empresariais. Não é o caso de direcionar a atenção para empreendedor ou administrador, são conceitos distintos que se complementam. É preciso sonhar, mas também muito importante transformar os sonhos em realidade fazendo com que perdurem.

Não é obrigatório possuir formação acadêmica para poder administrar o próprio negócio, entretanto, quando se refere ao termo administrador considera-se que é necessário como um conceito mais amplo que é, obter por parte do envolvido,

conhecimentos específicos. Como destacado por Chiavenato (1994), sabendo planejar, organizar, dirigir e controlar todos os seus recursos.

Diversos estudos (ALBUQUERQUE et al., 2018; GUERRA e TEIXEIRA, 2010; CÊRA e FILHO, 2003; SEBRAE, 2016) apontam a gestão empresarial como um aspecto fundamental na sobrevivência de uma empresa. No estudo realizado pelo SEBRAE entre 2010 e 2014 confirma esta questão, apontando as seguintes características apresentadas pelas empresas inativas em comparação com as empresas ativas:

[...] entre as empresas que fecharam, há uma proporção maior de empresários que estavam desempregados antes de abrir o negócio, que tinham pouca experiência no ramo, que abriram o negócio por necessidade e/ou exigência de cliente/fornecedor, que tiveram menos tempo para planejar o negócio, que não conseguiram negociar com fornecedores nem conseguiram empréstimos em bancos, que não aperfeiçoavam seus produtos/serviços, que não investiam na capacitação da mão-de-obra, que inovavam menos, que não faziam o acompanhamento rigoroso de receitas e despesas, que não diferenciavam seus produtos e que não investiam na sua própria capacitação em gestão empresarial (SEBRAE, 2016).

Guerra e Teixeira (2010) sintetizam como principais dificuldades para a sobrevivência dos pequenos negócios o acesso ao crédito e a novas tecnologias, pouco investimento em equipamentos sofisticados, propaganda, incapacidade de gestão estratégica, pouco poder de barganha com fornecedores, grande concorrência, baixo lucro e investimento em pesquisa e desenvolvimento.

Em um estudo com empresas da cidade de São Carlos-SP, Albuquerque et al. (2018, p. 199) fazem uma análise comparativa entre empresas de sucesso e as de insucesso e revelam que:

Empresas de sucesso empregaram bem os fatores: tecnologia de informação, inovação em processo e marketing, baixa especialização das atividades, centralização das decisões, mecanismos de coordenação, comunicação informal, planejamento estratégico informal e planejamento formal de compras e financeiro.

Empresas de insucesso não empregaram bem os fatores: tecnologia de segurança, centralização das decisões, supervisão indireta, planejamento estratégico informal e planejamento de compras.

Entretanto, para Cêra e Filho (2003) a sobrevivência dos pequenos negócios inclui capacitação do empreendedor sobre técnicas administrativas adequadas à sua realidade, e, não menos importantes, os programas políticos de apoio e de financiamento, pois, não se deve considerar apenas o empreendedor como culpado pelo insucesso do negócio, mas todas as condições no contexto político-econômico.



Em suma, percebe-se que diversos aspectos, tanto do ambiente interno da empresa quanto do externo, impactam em sua sobrevivência ou mortalidade e a gestão empresarial apresenta diversas ferramentas que auxiliam o empreendedor ou administrador a driblar os desafios e alcançar os objetivos. Outrossim, é notória a importância da criação de políticas públicas eficazes de apoio aos pequenos negócios que forneçam recursos que atendam às suas reais necessidades e crie um ambiente propício para seu desenvolvimento.

## 2.1 PEQUENAS EMPRESAS E SUAS DEFINIÇÕES POR PORTE E SETOR

No Brasil encontra-se um grande número de micro e pequenas empresas que são responsáveis pelo fornecimento de grande parte dos serviços e produtos consumidos e pela maioria dos empregos gerados no país (SEBRAE, 2014). Em razão disso, foi instituída em 14 de dezembro de 2006 (Lei Complementar Federal 123/2006), a Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, que prevê o tratamento diferenciado e favorecido, com objetivo de contribuir para o desenvolvimento e competitividade dos pequenos negócios no Brasil; com propósito de reduzir a informalidade, aumentar a geração de emprego, melhor distribuição de renda e, por conseguinte o fortalecimento da economia (SEBRAE, 2019).

A Lei Complementar 123/2006 instituiu o Simples Nacional (Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas, Empresas de Pequeno Porte e Empreendedores Individuais), permitindo a apuração e recolhimento mensal através de um documento único de arrecadação, de tributos e contribuições; e apresentação de declaração única e simplificada de informações socioeconômicas e fiscais. Tal regime é facultativo e irretroatável para todo o ano calendário (BRASIL, Lei Complementar nº 123, 2006).

Na legislação nacional, de acordo com o artigo 3º da Lei Complementar 123/2006, faz entendimento que o critério adotado para classificar o porte das empresas é a receita bruta anual, ou seja, o faturamento anual:

- a) Microempreendedor Individual – Até R\$81.000,00
- b) Microempresa – Até R\$360.000,00
- c) Empresa de Pequeno Porte – De R\$ 360.000,01 até 4.800.000,00

Outra classificação importante é quanto à sua atividade de acordo com o setor de atividade. Elas podem ser de Comércio, Serviços ou Indústria. O SEBRAE (2018)

mostra que o comércio é o setor com maior quantidade de Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, seguido pelo setor de serviços: 47,2% das ME são do setor de comércio e 33% do setor de serviços; enquanto 45,7% das EPP são empresas comerciais e 38,5% são prestadoras de serviços.

Quanto aos Microempreendedores Individuais, segundo levantamento de 2016, o setor de comércio possui o maior número deles, sendo 37,4%, e a atividade mais frequente é comércio varejista de vestuário e acessórios; seguido do setor de serviços com 37,2%, sendo cabeleireiro a atividade mais frequente (SEBRAE, 2017).

Com relação a indústria, Sousa (2005, p. 15) afirma que:

[...] a palavra indústria está caracterizada por diversos significados, desde uma empresa de pequeno porte, até uma fábrica de qualquer tamanho de um parque industrial, que trabalhe com atividade de transformação, que usem maquinarias que tenham como objetivo criar um terceiro produto.

Segundo o SEBRAE (2019), as indústrias são empresas que transformam as matérias-primas em mercadorias, por meio de máquinas, equipamentos ou manualmente, incluindo desde o artesanato até a produção de novas tecnologias. No setor industrial existem vários ramos de atividade, como por exemplo: gráfica, vestuário, mobiliário e mecânica.

No que se refere ao setor comercial, o órgão explica que:

Empresas comerciais são aquelas que vendem mercadorias diretamente ao consumidor – no caso do comércio varejista – ou aquelas que compram do produtor para vender ao varejista – comércio atacadista. Exemplos: restaurante; supermercado; atacado de laticínios; armarinho; loja de ferragem (SEBRAE, 2019).

O setor de serviços possui atividades muito distintas entre si, no que tange, por exemplo, ao seu nível tecnológico. Basta lembrar que as atividades que fazem parte do setor vão desde serviços domésticos até transmissão de dados pela Internet (LEMOS e ROSA, 2002). As empresas deste setor não vendem mercadorias, elas ofertam o seu serviço/trabalho para o consumidor, como por exemplo: lavanderia, cinema e escola (SEBRAE, 2019).

### **2.1.1 O Microempreendedor Individual e suas particularidades**

Apesar da criação da Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte em 2006, os autônomos ou ambulantes ainda tiveram dificuldades para se formalizar devido à burocratização. Pensando nisso, em 19 de dezembro de 2008, a

Lei Geral teve alteração na sua redação pela Lei Complementar Federal 128/2008, criando o Microempreendedor Individual (MEI).

A Lei Complementar Federal 128/2008 define o conceito de MEI em seu artigo 18-A da seguinte forma:

§ 1º Para os efeitos desta Lei Complementar, considera-se MEI o empresário individual que se enquadre na definição do art. 966 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 - Código Civil, ou o empreendedor que exerça as atividades de industrialização, comercialização e prestação de serviços no âmbito rural, que tenha auferido receita bruta, no ano-calendário anterior, de até R\$ 81.000,00 (oitenta e um mil reais), que seja optante pelo Simples Nacional e que não esteja impedido de optar pela sistemática prevista neste artigo. (BRASIL, Lei Complementar nº 128, 2008).

Assim, entende-se que o Microempreendedor Individual deverá obter receita bruta anual de no máximo R\$ 81.000,00 (oitenta e um mil reais), tendo proporcionalidade aos meses em atividade.

De acordo com a referida Lei, a pessoa que trabalha por conta própria pode se legalizar como pequeno empresário, desde que a atividade pretendida seja permitida para este enquadramento conforme a Resolução nº 140 de 2018 do Comitê Gestor do Simples Nacional. Porém, não poderá ser sócio ou proprietário de empresa e é permitido a contratação de apenas um funcionário que receba um salário mínimo ou o piso da categoria. A pessoa que trabalha de carteira assinada, em regime CLT, pode se formalizar, entretanto, em caso de demissão perde o direito ao seguro desemprego, considerando que o MEI é uma fonte de renda.

Em consoante com o Portal do Empreendedor<sup>3</sup>, site do governo federal com gestão da Secretaria da Micro e Pequena Empresa, essa Lei traz para o MEI alguns direitos, dentre eles, terá Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) sem custo e sem burocracia; não obrigatoriedade de serviços contábeis; a preferência em licitações públicas; a utilização da própria residência como estabelecimento; acesso à linhas de crédito específicas; e por se enquadrarem no Simples Nacional, contribuem com valores reduzidos apenas para o Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) que será destinado à Previdência Social; Imposto Sobre Serviço (ISS) para o município e/ou Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS) para o Estado. Assim, fica isentado dos outros tributos e lhe é

---

<sup>3</sup> Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br>>. Acesso em: 27 set. 2019.

assegurando a aposentadoria por idade e por invalidez, o auxílio maternidade, o auxílio doença, o auxílio acidente, a pensão por morte e o auxílio reclusão.

Dentre esses direitos, a Lei também apresenta alguns deveres: providenciar a solicitação de alvará definitivo na prefeitura dentro de no máximo 180 dias; pagar o Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS) todos os meses; uma vez por ano deverá fazer uma declaração do seu faturamento para a Receita Federal do Brasil; deverá emitir nota fiscal nas vendas e prestações de serviços realizadas para qualquer pessoa jurídica sendo que, no caso de pessoa física a emissão é necessária apenas quando solicitada pelo cliente; e outros (BRASIL, Lei Complementar nº 128, 2008).

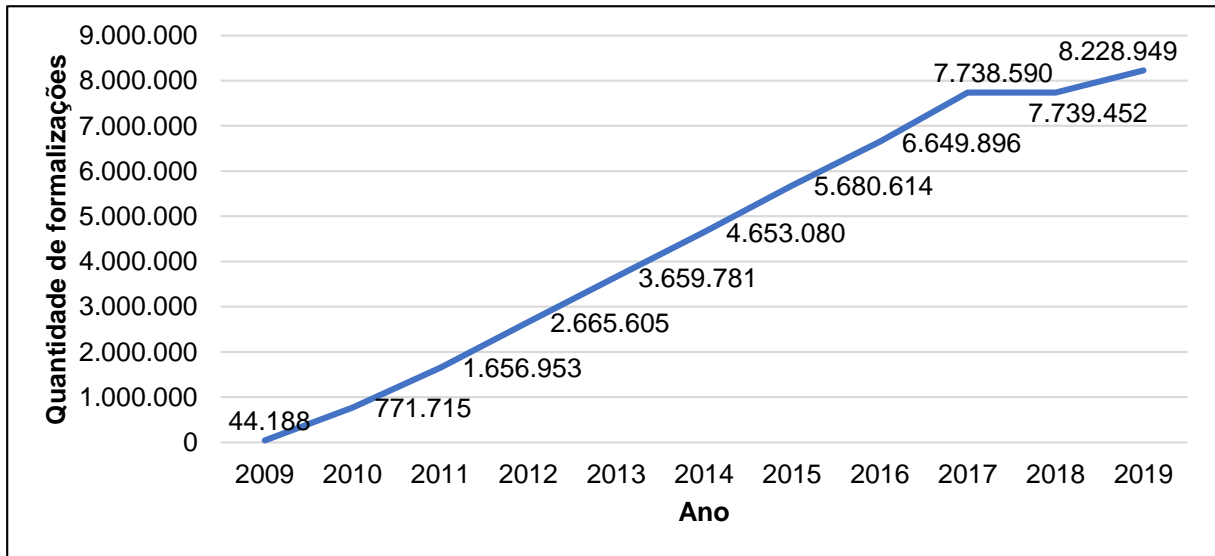
Ainda de acordo com essa Lei, a formalização poderá ser feita de forma gratuita no site do Portal do Empreendedor. Mas também poderá ser feita com a ajuda do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e de empresas de contabilidade que são optantes pelo Simples Nacional e estão espalhadas pelo Brasil. Lembrando que toda atividade a ser exercida, mesmo na residência do profissional, necessita de autorização prévia da prefeitura, que nesse caso será gratuita.

A resolução do Comitê para Gestão da Rede Nacional para Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios – CGSIM nº 36 de 2016, dispõe que se o MEI não tiver realizado a DASN-SIMEI nos dois últimos exercícios e esteja inadimplente quanto a todos os DAS mensais, terá o CNPJ suspenso pelo período de 95 dias, e no fim deste prazo, se não houver preenchido esses critérios, terá a sua inscrição definitivamente cancelada (BRASIL, 2016).

Desde a criação dessa classificação de porte de empresa, o número de registros vem aumentando. Segundo estatísticas do Portal do Empreendedor, até o dia 13 do mês de abril de 2019 o país já possuía mais de 8 milhões de empreendedores inscritos, tendo em média 855.000 registros por ano.

Conforme se pode constatar, a evolução anual do número de formalizações cresceu praticamente 1 milhão por ano a partir do ano de 2010, saindo em 2010 com 771.715 empreendedores inscritos para 7.738.590 inscritos. Observa-se que no ano de 2018, praticamente não houve crescimento no número de registros, voltando a retomada neste ano de 2019, como mostra a Figura 1, isto pode ter ocorrido em consequência da baixa de 1,37 milhões de CNPJ de Microempreendedores Individuais que foram intimados em 2017, mas não regularizaram a sua situação até 26 de janeiro de 2018 (RECEITA FEDERAL, 2018).

Figura 1 – Total acumulado de formalizações do MEI entre os anos de 2009 a abril de 2019, em todo o território brasileiro.



Fonte: Elaborado pela autora com base no Portal do Empreendedor.<sup>4</sup>

Por virem ganhando mais espaço na economia do país e através da sua formalização contribuírem para configurar um novo mercado de trabalho, necessitam de apoio para continuar e ampliar seus negócios. Com base nisso, criou-se em 2013 a Secretaria da Micro e Pequena Empresa ligada à Presidência da República que visa assessorar diretamente o Presidente da República especialmente na formulação, coordenação e articulação de políticas e diretrizes para o apoio à microempresa (Lei Complementar 12.792/2013).

## 2.2 DISPONIBILIDADE DE APOIO AO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL

Denomina-se instituição de apoio os órgãos que oferecem recursos às micro e pequenas empresas que podem ser usufruídos pelo MEI, com diversos auxílios de melhoria, como consultorias, treinamentos, etc., não incluindo, no entanto, recursos financeiros, ou instituições financeiras neste estudo. Os recursos de apoio podem ser: fomento ao empreendedorismo; oferta de informação, orientação, consultoria, assessoria e capacitação nas áreas de gestão de empresas e atividades técnicas; programas de educação e treinamento para formação de mão de obra; associação de empresas, criando relacionamento entre elas.

<sup>4</sup> Os dados foram obtidos em <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatisticas>>. Na opção 'Mês/Dia' foi possível consultar o acumulado de MEIs por dia do mês de dezembro de cada ano para obter a soma total do respectivo ano.

Dessa forma, o Microempreendedor Individual pode encontrar um ambiente mais seguro para o crescimento de seu negócio. Assim como afirma Albuquerque (1998) o Estado e a grande empresa não são os únicos agentes de desenvolvimento da economia, mas também os gestores públicos locais e regionais; os empresários da localidade; as instituições de desenvolvimento regional, de capacitação, de pesquisa; em resumo, toda a sociedade, a fim de criar um ambiente em que os pequenos negócios possam ter acesso aos serviços de apoio e impulsionar o desenvolvimento econômico regional.

No município de São Mateus encontram-se alguns órgãos que fornecem apoio aos pequenos negócios, e que farão parte deste estudo, conforme pode ser observado na sequência.

### **2.2.1 Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL)**

Situada na rua Rômulo Martins, Nº 417, bairro Boa Vista, a Câmara de Dirigentes Lojistas de São Mateus é uma associação que foi fundada em 1983 e que oferece aos associados inúmeros serviços, dentre eles, o de proteção ao crédito, certificado digital, serviços advocatícios e benefícios como descontos em faculdades e planos de saúde. A instituição também possui salas para atendimento ao público e auditório (NARDOTO, 2016).

Buscou-se acessar mais informações sobre os serviços prestados, por meio de site, e-mail e telefone da instituição, mas não houve êxito.

### **2.2.2 Contador**

O MEI é dispensado de escrituração contábil, entretanto, ele poderá recorrer ou necessitar de tais serviços auxiliando-o em questões como contratação de funcionário por exemplo. Este tipo de empreendedor tem acesso a atendimento gratuito de assessoria contábil para a formalização e para a primeira Declaração Anual Simplificada da Microempresa Individual (DASN-SIMEI). Bastando consultar no site da Federação Nacional das Empresas de Serviços Contábeis e das Empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas (FENACON), para encontrar os escritórios de contabilidade do município que são optantes pelo Simples Nacional e

que prestam este tipo de atendimento ao Microempreendedor Individual. Porém, este serviço de consulta encontra-se temporariamente suspenso (FENACON, 2015).

### **2.2.3 Prefeitura Municipal**

Conforme o disposto na Lei Geral 123/20016, apresentada no capítulo 4, foi criada a Lei Geral Municipal da Microempresa e Empresa De Pequeno Porte no âmbito do Município de São Mateus (Lei nº 807/2009). Esta Lei garante os seguintes benefícios, de acordo com o Caput do Art. 3º:

- I - abertura e baixa de inscrições;
- II - preferência nas aquisições de bens e serviços pelo Poder Público Municipal;
- III - inovação tecnológica e educação empreendedora;
- IV - associativismo e regras de inclusão;
- V - incentivo à geração de emprego e renda;
- VI - incentivo à formalização de empreendimentos;
- VII - unicidade do processo de registro e de legalização de empresários e de pessoas jurídicas;
- VIII - simplificação, racionalização e uniformização dos requisitos de segurança sanitária, metrológica, controle ambiental e prevenção contra incêndios, para os fins de registro, legalização e funcionamento de empresários e pessoas jurídicas, inclusive, com a definição das atividades de risco considerado alto;
- IX - regulamento do regime favorecido, simplificado e diferenciado nas contratações públicas de bens, serviços e obras no âmbito da Administração Pública Municipal;
- X - incentivos fiscais.

O estabelecimento dessas políticas públicas no âmbito municipal, auxilia na garantia do desenvolvimento sustentável das Micro e Pequenas Empresas, incluindo o Microempreendedor Individual.

### **2.2.4 Serviço Brasileiro De Apoio Às Micro E Pequenas Empresas (SEBRAE)**

A Agência de Desenvolvimento Regional do SEBRAE no município encontra-se na avenida Monsenhor Guilherme Schmitz, Nº 817, bairro Sernamby; e atua exatamente no apoio à gestão empresarial, promoção da importância dos pequenos negócios e fomento do empreendedorismo. Os principais instrumentos de ação para com os clientes – potencial empresário, Microempreendedor Individual, Microempresa e Empresa de Pequeno Porte – são: consultoria, capacitação e informação técnica. Esses instrumentos trabalham temas de gestão como empreendedorismo; mercado e

vendas; pessoas; planejamento; inovação; organização; finanças; cooperação; e leis e normas (SEBRAE).

### **2.2.5 Serviço Nacional De Aprendizagem Comercial (SENAC)**

De acordo com o site do SENAC, seu foco de atuação é o setor de comércio de bens, serviços e turismo. Através de cursos técnicos, cursos livres, graduação e pós-graduação, nas modalidades presenciais e a distância, tem o intuito de formar e capacitar profissionais para esse setor, atuando em diversas áreas inclusive gestão e negócios, compreendendo técnicas organizacionais e de comercialização, economia, informática, marketing, logística, finanças e outros. A unidade do SENAC em São Mateus situa-se na avenida Jones dos Santos Neves, Nº 573, bairro Sernamby (SENAC).

### **2.2.6 Serviço Nacional De Aprendizagem Industrial (SENAI)**

O SENAI é uma instituição voltada para o desenvolvimento industrial e criada para qualificar profissionais para atuarem nesse setor, encontra-se no município na avenida Dom José Dalvit, Nº 100, bairro Santo Antônio. Possui programas de qualificação, que abrange desde cursos de iniciação profissional, formação técnica destinada aos jovens aprendizes ou alunos que estão cursando ou que já tenham cursado o ensino médio, até o aperfeiçoamento profissional no qual os cursos buscam atualizar e ampliar a formação profissional. Essas capacitações aumentam a empregabilidade e geram renda tanto para o profissional quanto para a empresa que o contrata (SENAI).



### 3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Ao entrevistar os 92 Microempreendedores Individuais do setor de comércio do município de São Mateus, constatou-se inicialmente o perfil desses empresários, conforme segue.

Durante a aplicação dos questionários foi possível perceber em quais atividades predominam homens ou mulheres. Há maior predominância de homens nas atividades de comércio de artigos e alimentos para animais, comércio de equipamentos e acessórios de informática e comunicação, comércio de móveis usados e mercearias; enquanto há maior predominância de mulheres no comércio de vestuário e acessórios.

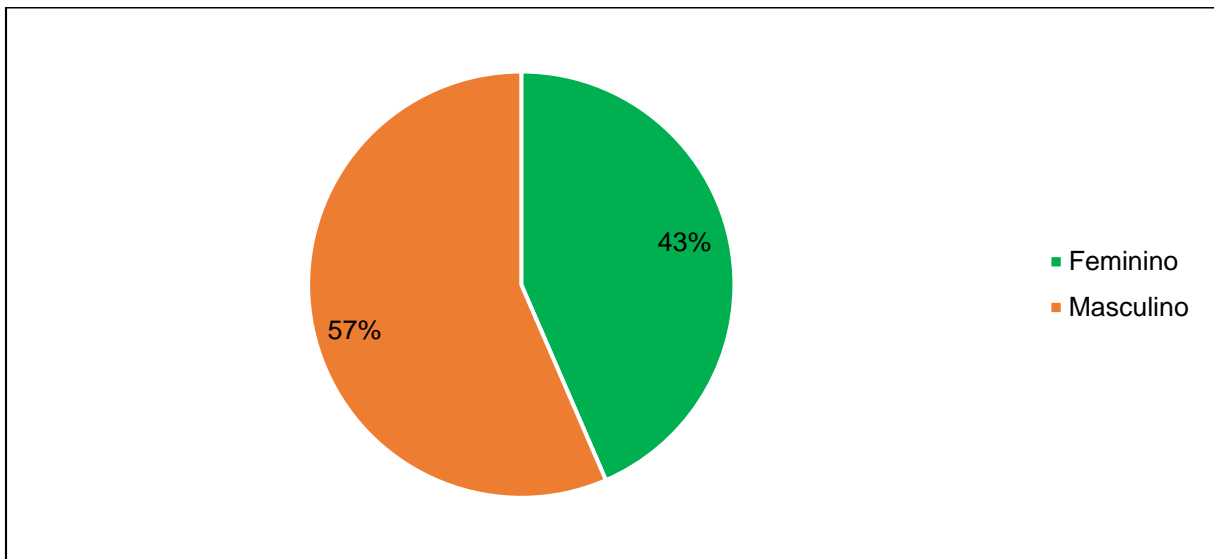
Considerando o fato que as mulheres estão mais presentes no mercado de trabalho, tanto na condição de empregada e empregadora, favorecendo o desenvolvimento econômico de diversas localidades, as pesquisas sobre empreendedorismo feminino têm aumentado e se tornam necessárias visto que possui impacto na sociedade, na economia, na política e na cultura (GOMES, 2004).

Nesse sentido, os dados apresentados pelos entrevistados foram analisados de forma geral, mas também comparando os resultados apresentados entre homens e mulheres, com o intuito de conhecer as semelhanças e as diferenças entre os dois perfis para que se tenha conclusões e sugestões mais assertivas.

#### 3.1 PERFIL SOCIOECONÔMICO DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL

No setor de comércio do município, entre os Microempreendedores Individuais, os homens empreenderam mais que as mulheres, eles representam 57% dos participantes da pesquisa, conforme mostra a Figura 2.

Figura 2 – Sexo dos Microempreendedores do comércio de São Mateus.



Fonte: Elaborado pela autora.

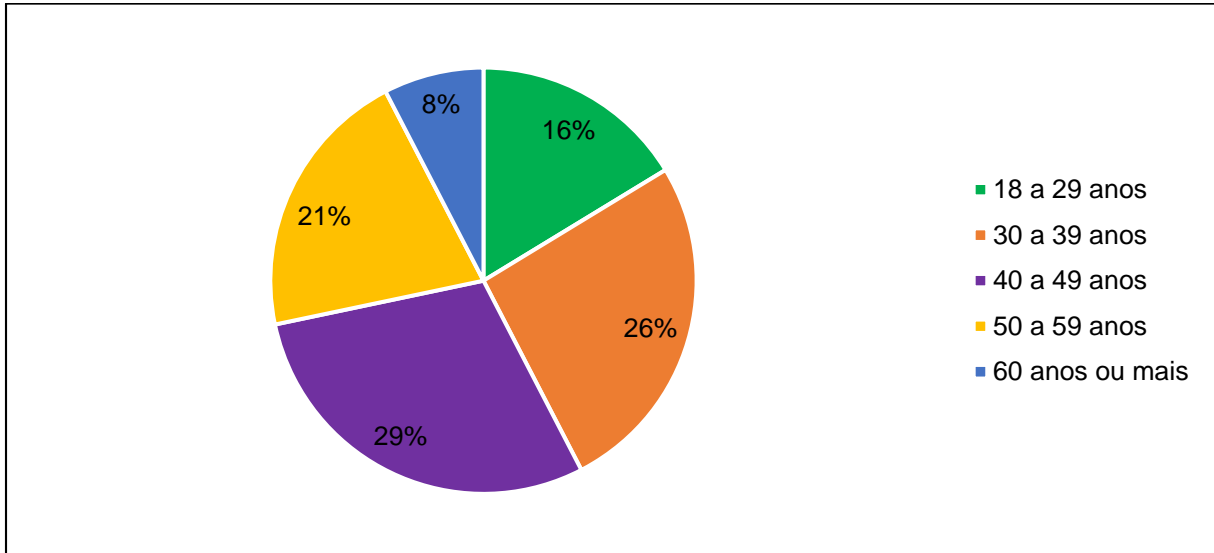
Este resultado é similar ao apresentado pelo SEBRAE, em que do total de MEI's no Brasil, os homens empreenderam 4,8 pontos percentuais a mais que as mulheres. Entretanto, se difere do resultado apresentado quando se trata da distribuição do sexo entre os setores: do total de MEI's do sexo masculino, 34,4% são do setor de comércio, 34,8% do setor de serviços, e 30,8% dos demais setores; enquanto que do total de MEI's do sexo feminino, 38,7% se concentram no comércio, 42,1% nos serviços e 19,1% nos demais setores. (SEBRAE, 2017).

GEM (2017) corrobora os resultados apresentados na Figura 2, ao afirmar que os homens brasileiros empreendem um pouco mais que as mulheres, considerando empreendimentos estabelecidos, porém, nos empreendimentos iniciais as mulheres superam os homens. Esta pesquisa traz os seguintes questionamentos: "seriam as mulheres menos persistentes na condução dos seus empreendimentos? Ou o ambiente para mulheres empreenderem ainda lhes é desfavorável e isso afeta a longevidade dos seus negócios?" No entanto, o quantitativo de homens e mulheres empreendedores são semelhantes, apresentando pequenas diferenças (GEM, 2017).

Pode ser observado na distribuição por faixa etária dos participantes da pesquisa que, como Microempreendedor Individual, os adultos de faixa etária entre 30 a 59 anos, que correspondem a 76% dos empreendedores deste ramo, estão empreendendo mais do que os jovens de 18 a 29 anos e a faixa etária de 60 anos ou mais, conforme pode ser observado na Figura 3. Isso indica que as instituições da cidade devem estar atentas, utilizando métodos que atendam e alcancem esse público

menos empreendedor, não se esquecendo do público mais maduro que talvez necessite de uma atenção específica.

Figura 3 – Faixa etária dos Microempreendedores do comércio de São Mateus.



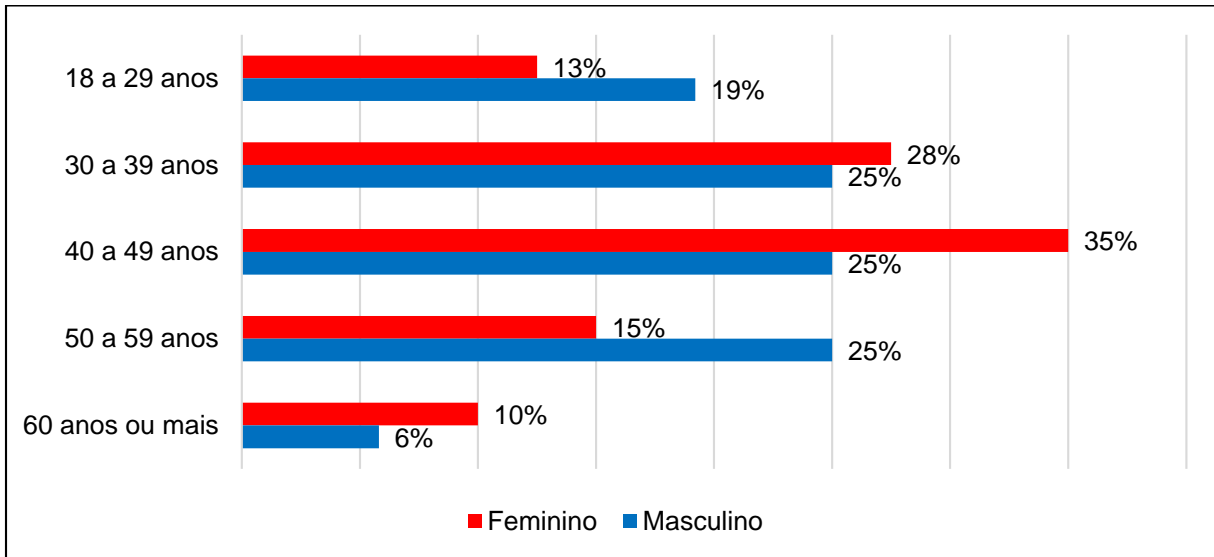
Fonte: Elaborado pela autora.

Não destoante deste perfil, segundo estudo do SEBRAE (2017), o maior número de MEI's, de todos os setores, no Brasil estão na faixa etária de 30 a 39 anos, seguido das faixas etárias de 40 a 49 anos, 50 a 64 anos, 25 a 29 anos.

Este perfil também coincide parcialmente com o da pesquisa do GEM (2017), que do empreendedorismo de forma geral no Brasil, em que a faixa etária de 45 a 54 anos se destaca ao se tratar de empreendedores com negócios já estabelecidos, existindo menos jovens com empreendimentos estabelecidos. Apesar de haver mais jovens de 25 a 34 anos na criação de novos negócios (GEM, 2017).

Pode ser observada a distribuição dos entrevistados por faixa etária entre homens e mulheres, conforme Figura 4. Comparando os sexos, constata-se uma maior participação de homens empreendedores nas faixas etárias de 18 a 29 anos (19%) e de 50 a 59 anos (25%), e das mulheres de 30 a 49 anos (63%) e de 60 anos ou mais (10%).

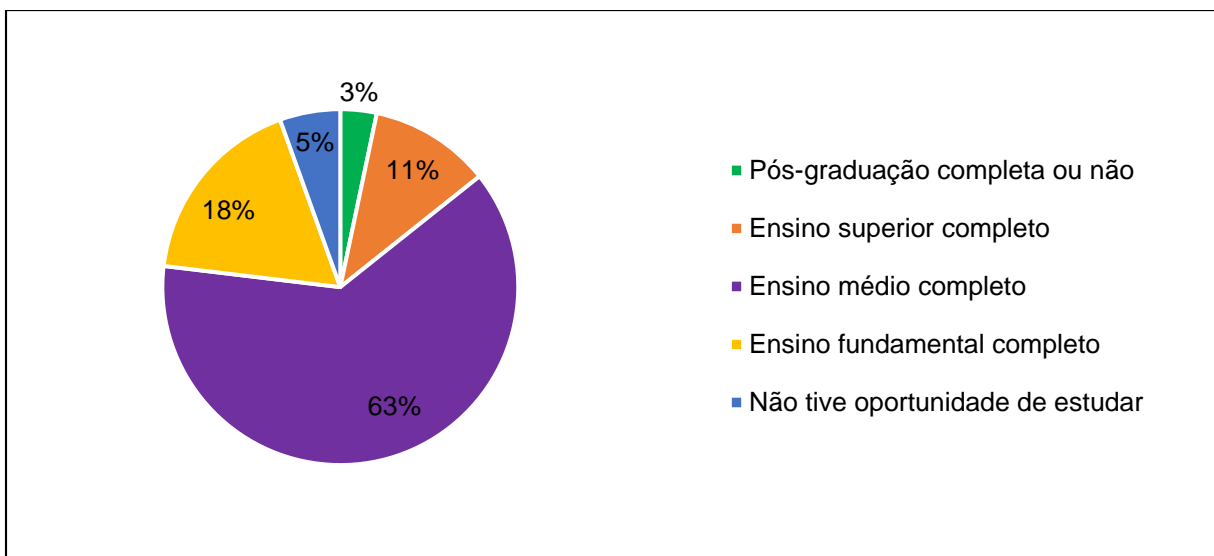
Figura 4 – Faixa etária por sexo dos Microempreendedores do comércio de São Mateus.



Fonte: Elaborado pela autora.

Quanto ao grau de escolaridade, observa-se na Figura 5 que a maioria dos entrevistados, 63% deles, possui o ensino médio completo, e 14% possui ensino superior completo ou mais. Ainda assim, existe uma parcela significativa, de 18% deles que possuem apenas o ensino fundamental completo. Observa-se ainda que uma parcela destes empreendedores (5%), afirmaram não terem tido oportunidade de estudar. E essa falta de formação pode influenciar na busca por orientação, informação ou capacitação para gerenciar seu empreendimento.

Figura 5 – Grau de escolaridade dos Microempreendedores do comércio de São Mateus.



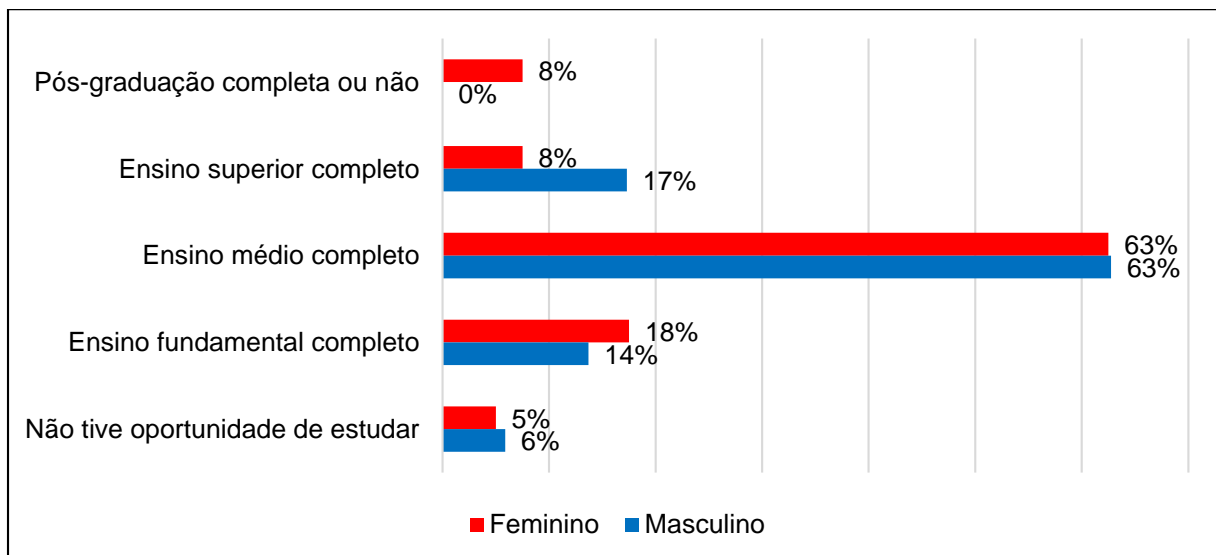
Fonte: Elaborado pela autora.

Segundo o SEBRAE (2017), dos MEI's de todos os setores no Brasil, uma parcela considerável (43,4%) tem ensino médio completo ou incompleto e/ou técnico completo ou incompleto, seguida de ensino superior completo ou incompleto e/ou pós-graduação (33%); ensino fundamental completo ou não (24%); e 1% não tem instrução formal.

Estes dados divergem do estudo do GEM (2017), em que a maioria dos empreendedores iniciais brasileiros possuem apenas o ensino fundamental completo (23,9%). Dos empreendedores estabelecidos destaca-se o grupo de pessoas que não possuem sequer o ensino fundamental completo (22,5%), seguido do grupo que possui ensino superior completo (17%) (GEM, 2017).

Tanto os homens quanto as mulheres entrevistados, em sua maioria, possuem o ensino médio, 63%. Havendo apenas mulheres com pós-graduação completa ou não (8%), porém, há mais homens com ensino superior completo, com diferença de 9,8 pontos percentuais. Entre os que possuem ensino fundamental completo, há menos homens do que mulheres, com diferença de 4%. Das mulheres, 5% não tiveram oportunidade de estudar, e dos homens, 6%, de acordo com a Figura a seguir.

Figura 6 – Grau de escolaridade por sexo dos Microempreendedores do comércio de São Mateus.

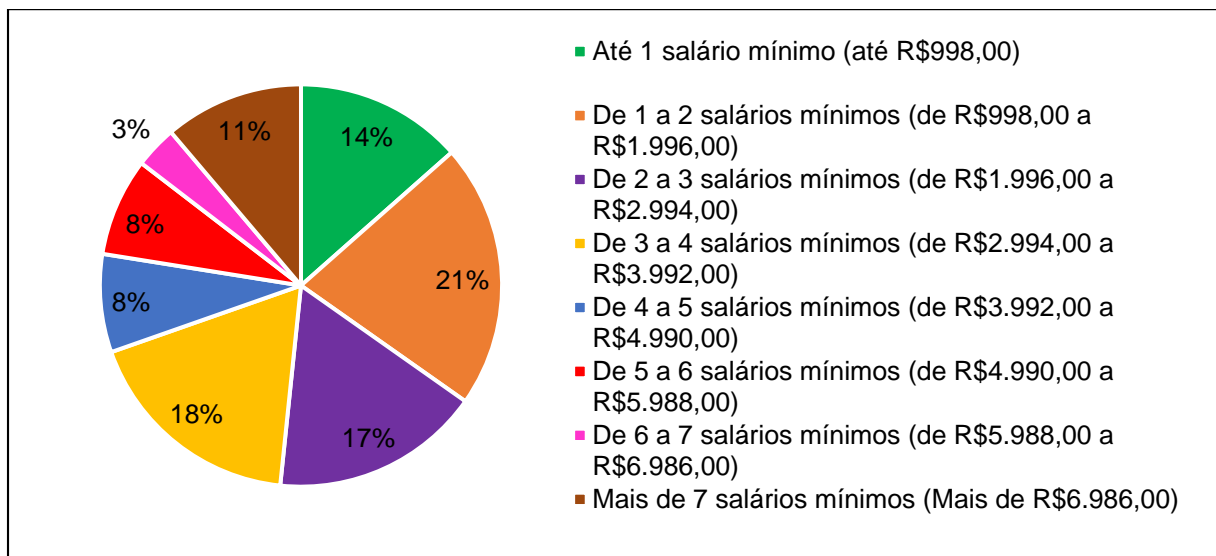


Fonte: Elaborado pela autora.

Conforme delineado na Figura 7, observa-se que a maior parcela (70%) dos MEI's do ramo do comércio de São Mateus possui o faturamento médio mensal do negócio de até 4 salários mínimos. Há uma parcela de 11% dos MEI's que possui

faturamento maior que 7 salários mínimos. Neste caso, como o faturamento ultrapassa o permitido para este tipo de negócio, é necessário que o empresário procure um contador para realizar a migração do porte da empresa.

Figura 7 – Faturamento médio mensal do negócio dos Microempreendedores do comércio em São Mateus.

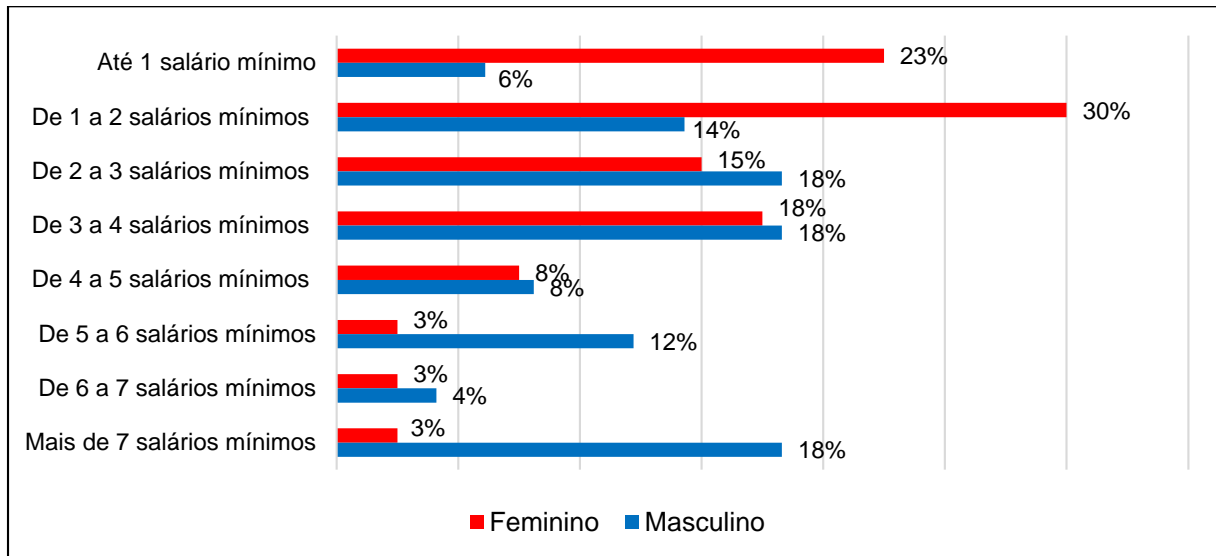


Fonte: Elaborado pela autora.

O SEBRAE (2013) ao analisar o rendimento médio mensal dos pequenos negócios no Brasil, constatou-se que grande parte deles (36%) é de até 1 salário mínimo (vigente em 2013), seguida de mais de 1 a 2 salários mínimos (25%); mais de 2 a 3 salários mínimos (17%); mais de 5 (12%); e mais de 3 a 5 salários mínimos (10%).

Como visto na Figura 8, ao comparar o faturamento médio mensal do negócio entre os sexos feminino e masculino dos entrevistados, nota-se que uma parcela considerável de mulheres possui faturamento de 1 até 2 salários mínimos (53%), enquanto que dos homens 37% possui faturamento de 2 até 4 salários mínimos, e 18% possui faturamento maior que 7 salários mínimos.

Figura 8 – Faturamento médio mensal do negócio por sexo dos Microempreendedores do comércio em São Mateus.

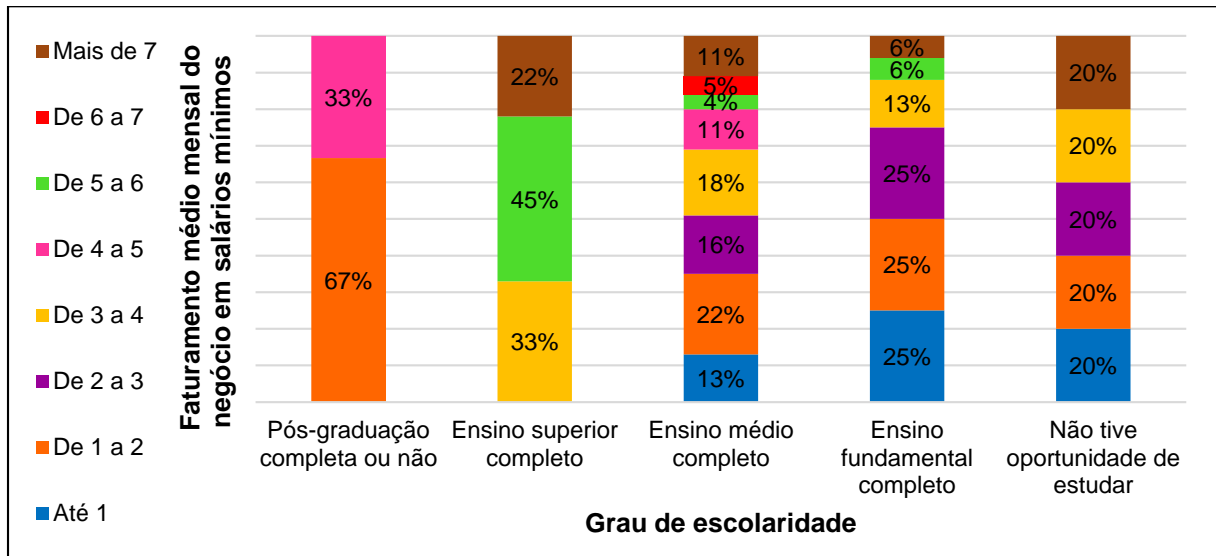


Fonte: Elaborado pela autora.

Ressalta-se que as mulheres possuem menor renda que os homens, conforme o SEBRAE (2019), as mulheres brasileiras donas de negócio ganham 22% a menos que os homens, 49% delas possuem rendimento mensal de 1 salário mínimo; e 55% das mulheres MEI à nível nacional trabalham em casa. De acordo com o IBGE (2018), as mulheres dedicam maior tempo aos afazeres domésticos do que os homens, e isto parece ser um fator fundamental nos rendimentos do trabalho das mulheres. Outro ponto importante que influencia no menor faturamento das mulheres MEI's do município são as atividades desenvolvidas que podem apresentar menor rentabilidade que as atividades desenvolvidas pelos homens.

No intuito de verificar de que forma o grau de escolaridade interfere no faturamento médio mensal do negócio, foi realizado o cruzamento entre esses dados, conforme mostra a Figura 9. Nota-se que há maior diversificação nos valores de faturamento entre os MEI's que possuem ensino médio completo ou menos, mais especificamente, a maioria apresenta faturamento entre 1 a 4 salários mínimos. Porém, também foi possível alcançar faturamento a partir de 5 salários mínimos mesmo não possuindo ensino superior.

Figura 9 – Grau de escolaridade x Faturamento médio mensal do negócio dos Microempreendedores do comércio em São Mateus.



Fonte: Elaborado pela autora.

Enquanto que, entre os que possuem ensino superior completo, 45% apresentam faturamento de 5 a 6 salários mínimos, 33% de 3 a 4 salários mínimos e 22% de mais de 7; e entre os que possuem pós-graduação completa ou não, 67% apresentam de 1 a 2 salários mínimos e 33% de 4 a 5 salários mínimos. Entre os dois perfis, nenhum apresenta faturamento abaixo de 1 salário mínimo.

Segundo Fraga, Bussolo e Silva (2017), ao estudar a relação entre escolaridade e condução do empreendimento, constatou-se que alguns entrevistados não consideram importante a formação no ensino superior, pois para eles o empreendedorismo é uma característica nata; enquanto que alguns dos entrevistados consideram importante possuir curso de graduação. Sendo que, para a amostra estudada, “o espírito empreendedor pouco depende da escolaridade do indivíduo”, porém, necessitam gerar receita.

Portanto, percebe-se que o faturamento médio mensal dos negócios estudados não foi influenciado diretamente pelo grau de escolaridade dos seus respectivos proprietários. Entretanto, para uma análise mais contundente sobre qual fator influencia no faturamento, é necessário considerar um conjunto de fatores e não os analisar individualmente.

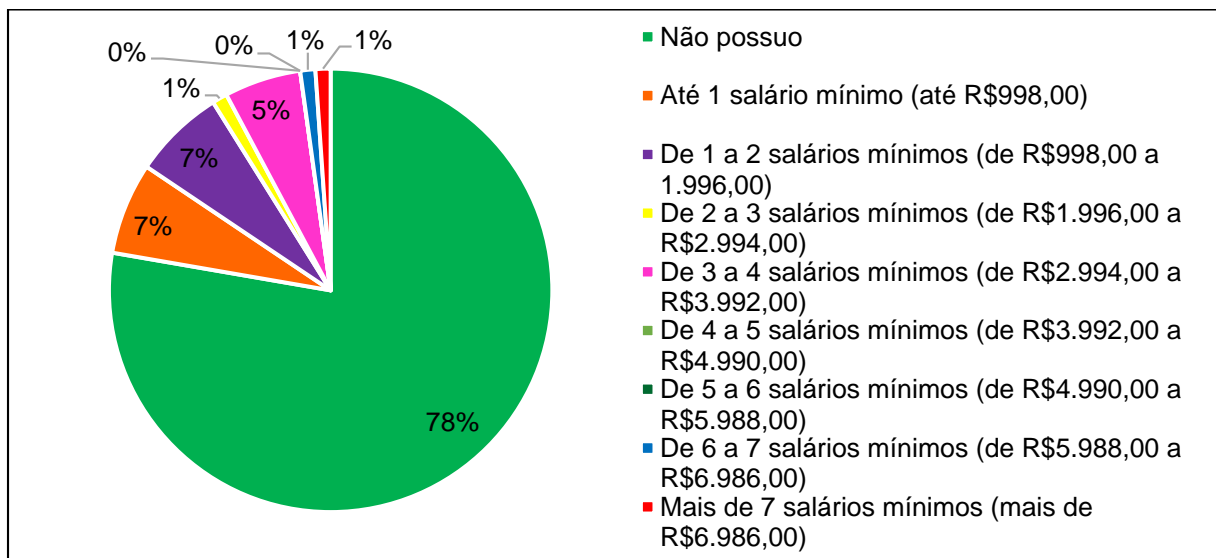
Na Figura 10, percebe-se que a maior parte dos MEI's do ramo do comércio, 78%, não possui outra fonte de renda. O faturamento como MEI pode se confundir com as finanças pessoais do empresário, exigindo um maior controle financeiro, uma vez que é sua única fonte de renda. Nesta situação, o empresário deve saber separar



a pessoa física da pessoa jurídica, ou seja, os rendimentos da empresa não podem ser enxergados em sua totalidade como o salário do empresário, devendo considerar as contas da empresa, como o pagamento de fornecedores e novos investimentos.

Observa-se ainda nesta figura que 7% dos entrevistados afirmaram possuir outra renda de até 1 salário mínimo; outros 7% afirmaram possuir outra renda entre 1 e 2 salários e 5% afirmaram possuir renda extra entre 3 e 4 salários mínimos. Porém, pode-se observar ainda que alguns MEI's afirmaram ter renda extra superior a 7 salários mínimos.

Figura 10 – Renda média mensal de outra fonte que não seja o MEI.

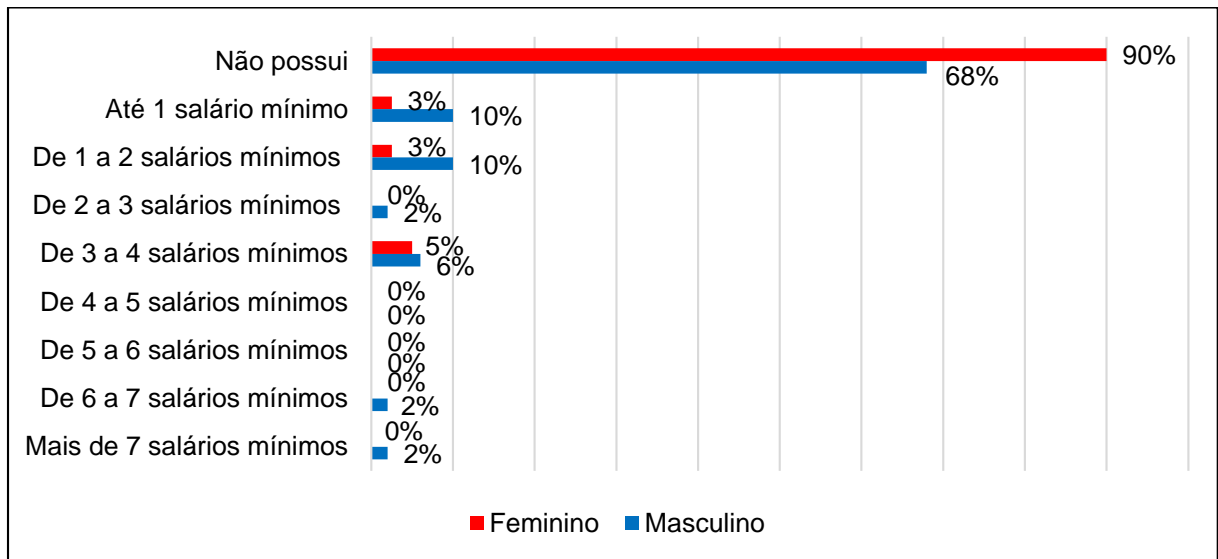


Fonte: Elaborado pela autora.

A nível nacional, 77% dos MEI's também responderam que o seu negócio é sua única fonte de renda. À vista disso, percebe-se a importância da formalização como MEI na geração de renda para o empreendedor e sua família (SEBRAE, 2017).

Observa-se na Figura 11, que tanto homens quanto mulheres, em sua maioria, não possuem outra fonte de renda que não seja o MEI. Nesta figura verifica-se que 90% das mulheres declararam que a atividade de MEI é a única fonte de renda, enquanto que 68% dos homens declararam possuir renda somente desta atividade.

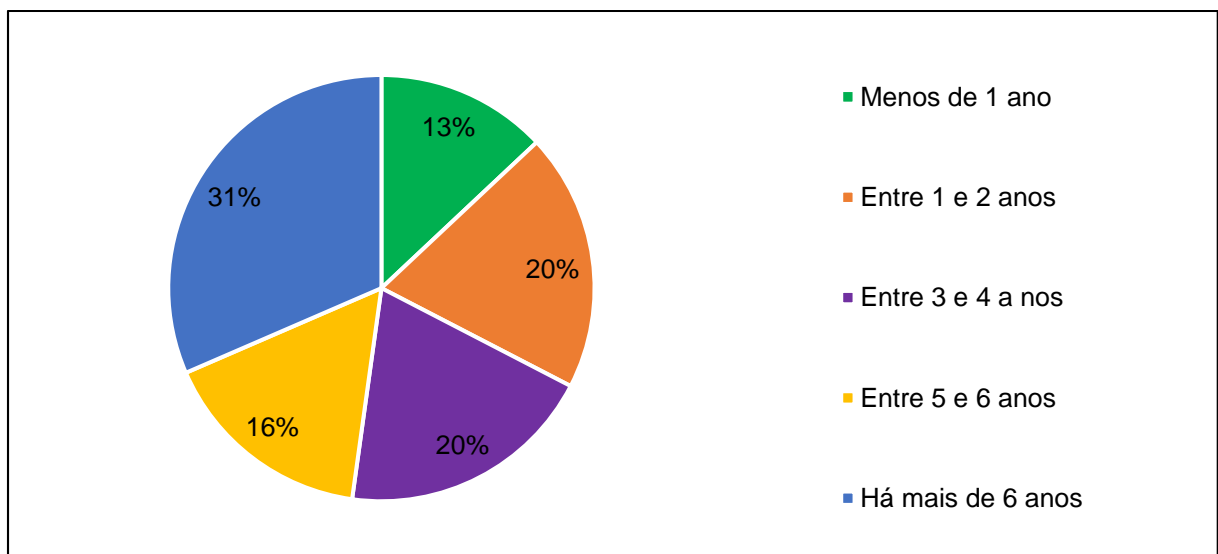
Figura 11 – Renda média mensal por sexo de outra fonte que não seja o MEI.



Fonte: Elaborado pela autora.

Na Figura 12 pode ser observado o tempo de maturidade dos MEI's. Identifica-se nesta figura uma quantidade relevante de Microempreendedores que atuam no mercado há mais de 6 anos, sendo 31% deles, os quais merecem uma atenção específica no que tange a gestão do negócio para crescimento e migração do porte. Porém, verifica-se que 13% dos MEI's ainda são jovens, com menos de uma nos de existência, 20% com tempo de vida entre 1 e 2 anos; 20% com tempo de vida entre 3 e 4 anos e 18% com tempo de vida entre 5 e 6 anos. Assim, 33% destes MEI's possuem tempo de vida menor do que 2 anos.

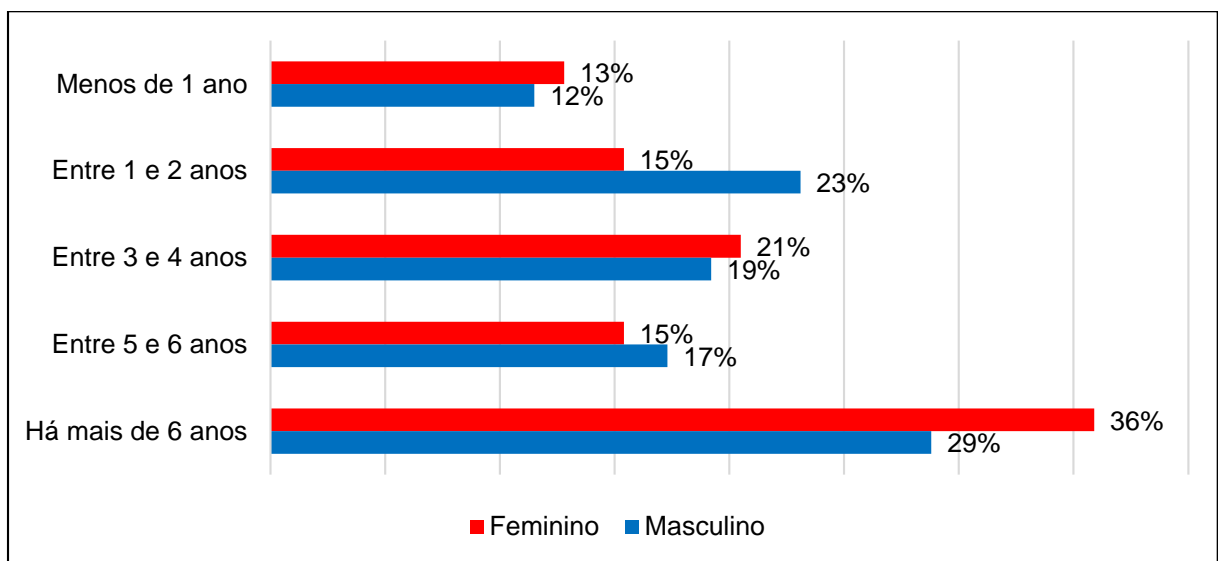
Figura 12 – Tempo de atuação como MEI do comércio em São Mateus.



Fonte: Elaborado pela autora.

Conforme o tempo de atuação como MEI no perfil geral dos entrevistados, percebe-se uma quantidade significativa, tanto de homens quanto de mulheres, que atuam há mais de 6 anos, sendo 29% e 36% respectivamente (Figura 13). Verifica-se ainda nesta figura que entre os empreendedores com menos de 1 ano de existência, predominam as mulheres, mas elas também predominam entre os empreendedores com tempo de existência entre 3 e 4 anos e entre os com tempo maior do que 6 anos de existência.

Figura 13 – Tempo de atuação por sexo como MEI do comércio em São Mateus.



Fonte: Elaborado pela autora.

A atuação no mercado como MEI durante tanto tempo pode ser tema de investigações mais profundas para buscar compreender as motivações da permanência neste porte, como, por exemplo, a má gestão que não permite o desenvolvimento do negócio ou até mesmo a comodidade trazida pela menor burocracia garantida pela legislação para manter a empresa.

Em síntese, percebeu-se que, entre os Microempreendedores do comércio de São Mateus, há mais homens do que mulheres, mesmo que a diferença seja pequena; sendo a maioria adultos entre 30 a 59 anos, com maior participação das mulheres nestas faixas etárias. Quanto ao grau de escolaridade, a maioria possui o ensino médio; com maior presença de homens com ensino superior, mas apenas mulheres com pós-graduação; notando-se um grau de instrução consideravelmente elevado entre estes empreendedores.

Notou-se que há maior presença de mulheres com faturamento médio mensal do negócio sendo de até 2 salários mínimos, enquanto há maior presença de homens nos faturamentos acima de 2 salários mínimos, ressaltando-se que a maioria não possui outra fonte de renda além do MEI. Percebeu-se também que a maioria dos empreendimentos são novos, com atuação no mercado entre 1 e 4 anos, embora uma parcela significativa atua há mais de 6 anos.

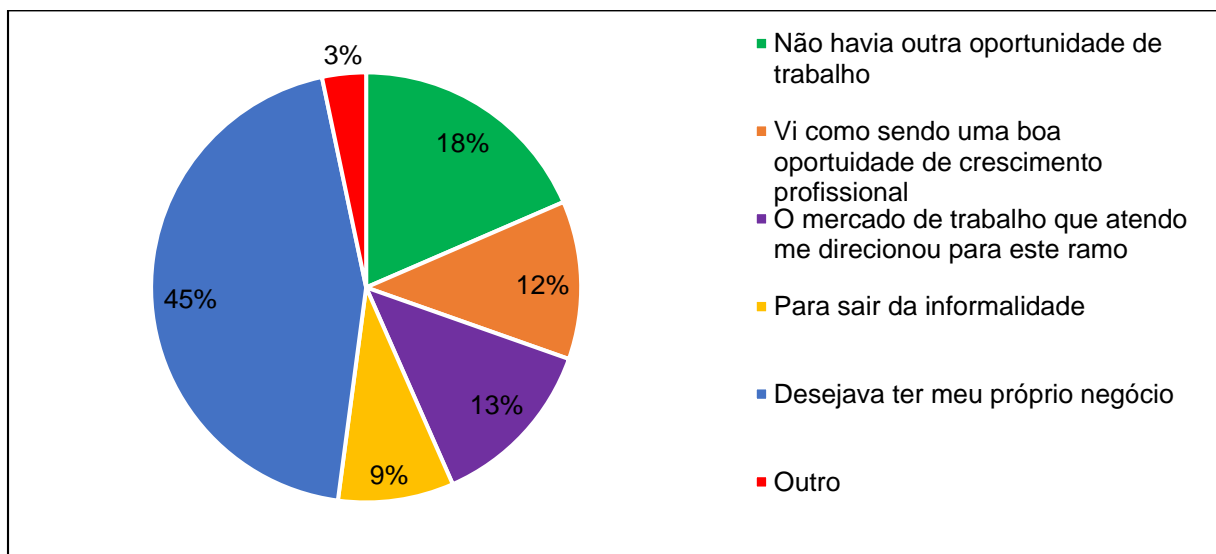
### 3.2 GESTÃO DO NEGÓCIO

Foram respondidas pelos Microempreendedores Individuais questões que levam à identificação das principais necessidades gerenciais enfrentadas por eles, como apurado a seguir.

Questionados sobre a motivação para se tornar um microempreendedor, uma parcela notável, 45%, respondeu que o motivo principal foi porque desejava ter o próprio negócio. Outra parcela, representando 18% dos entrevistados, respondeu que não havia outra oportunidade de trabalho, por isso optou por registrar-se como MEI, conforme mostra a Figura 14.

Verifica-se, também, nesta figura que 12% dos empreendedores se engajaram neste negócio por vislumbrar ser uma boa oportunidade de crescimento profissional, outros 13% afirmaram que aderiram a esta forma de atividade devido à pressão dos clientes que o direcionaram, porém 9% informaram que aderiram ao MEI apenas para sair da informalidade.

Figura 14 – Motivos da formalização como MEI do comércio em São Mateus.

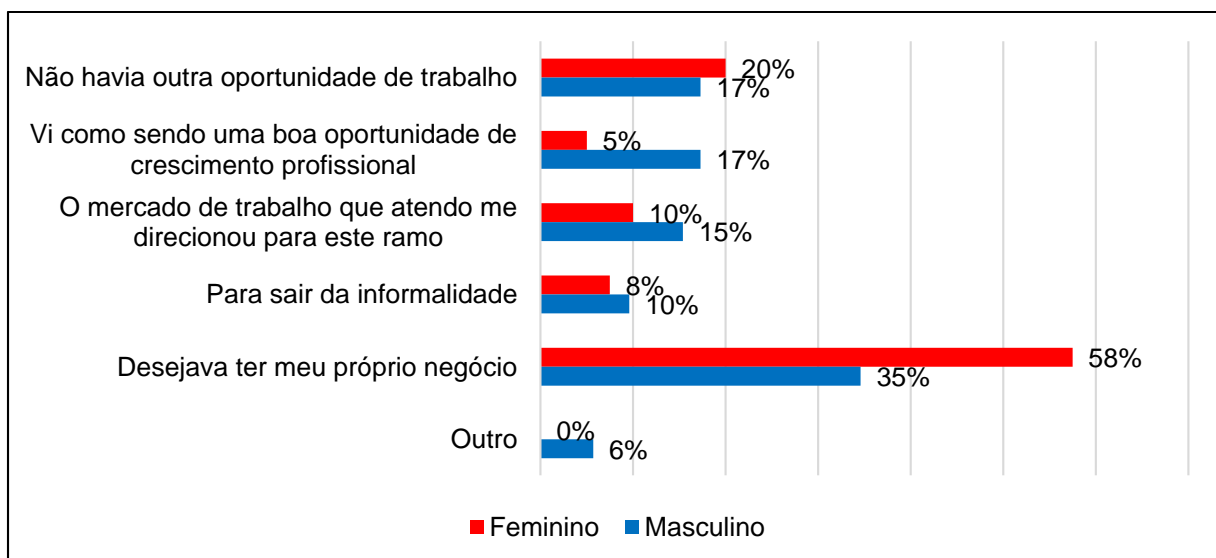


Fonte: Elaborado pela autora.

Conforme constatado na Figura 14, o principal motivo para formalização como MEI é o desejo de ter o próprio negócio, o que se aplica também ao comparar as respostas entre os sexos (Figura 15), sendo 58% das mulheres e 35% dos homens. Não haver outra oportunidade de trabalho foi o motivo para 20% das mulheres e 17% dos homens; 17% dos homens e 5% das mulheres viu a formalização como uma boa oportunidade de crescimento profissional; 15% dos homens e 10% das mulheres apontaram que o mercado de trabalho que atende que os direcionaram para este ramo; 8% das mulheres e 10% dos homens apontou que o principal motivo foi para sair da informalidade; apenas 6% dos homens informaram que foi por outro motivo não citado na pesquisa.

Assim, tanto os homens quanto as mulheres, em sua maioria, se tornaram MEI, simplesmente porque desejavam ter seu próprio negócio. Corroborando com o GEM (2018), que aponta que este desejo é manifestado por 33% da população brasileira em 2018, ocorrendo um aumento de 15% em relação ao que foi manifestado em 2017.

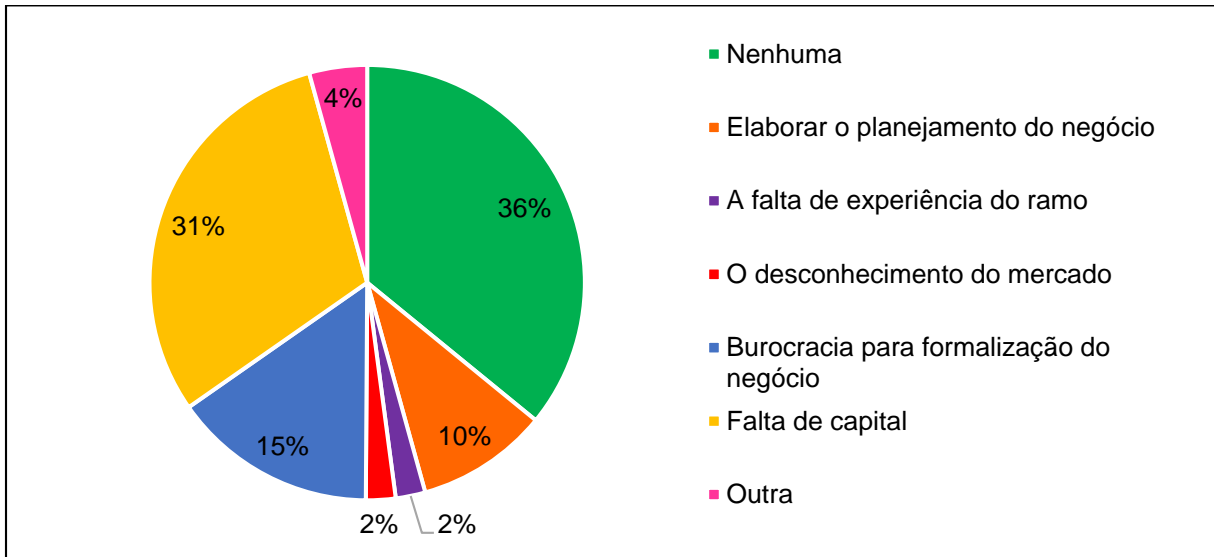
Figura 15 – Motivos da formalização como MEI do comércio em São Mateus por sexo.



Fonte: Elaborado pela autora.

Analisando a Figura 16, no que tange a principal dificuldade para abrir o negócio, 36% dos respondentes apontaram que não tiveram nenhuma dificuldade, embora uma parcela de 31% apontou que a principal dificuldade foi a falta de capital, outra parcela de 15% apontou a burocracia para formalização do negócio, 10% apontou a elaboração do planejamento do negócio, 2% a falta de experiência no ramo, 2% o desconhecimento do mercado, e 4% outra dificuldade não apontada na pesquisa.

Figura 16 – Principais dificuldades encontradas pelos MEI's do comércio em São Mateus para abrirem o seu negócio.



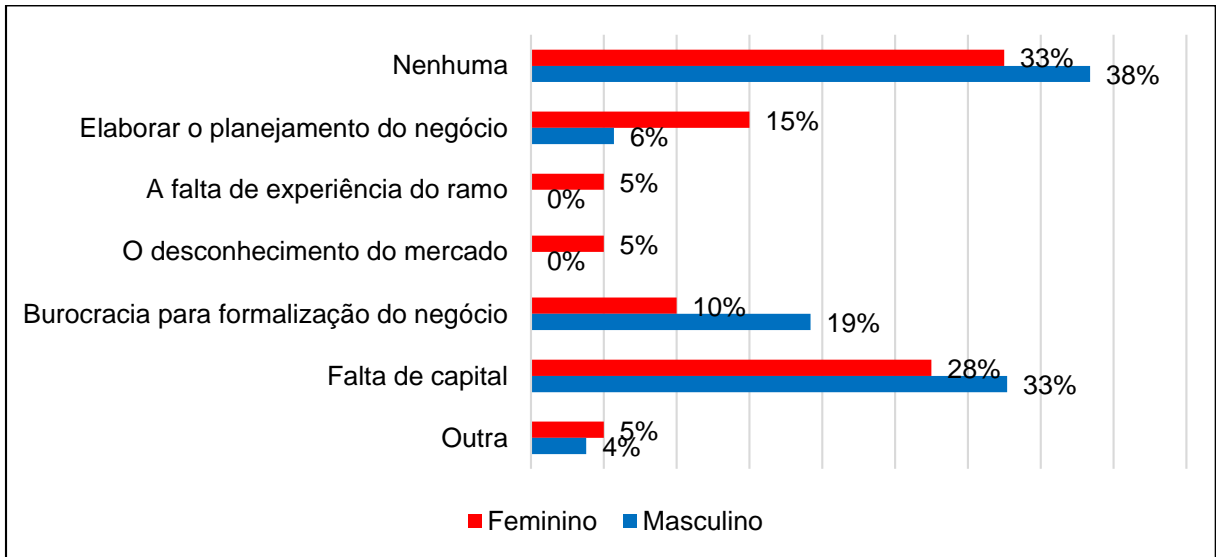
Fonte: Elaborado pela autora.

Assim, verifica-se que com um apoio por meio de políticas públicas com disponibilização de linhas de crédito, apoio na logística para o planejamento e abertura do próprio negócio, 92% dos empreendedores seriam plenamente atendidos para iniciar seus negócios.

Entre os homens entrevistados, 38% responderam que não tiveram nenhuma dificuldade para abrir o seu negócio, embora 33% deles responderam a falta de capital como uma das principais dificuldades e 19% apontaram a burocracia para formalização. Entre as mulheres, 33% responderam que não tiveram nenhuma dificuldade, 28% apontaram a falta de capital, 15% apontaram a elaboração do planejamento do negócio, e 10% apontaram a burocracia para formalização (Figura 17).

Ainda na Figura 17, pode-se observar que as mulheres se queixaram mais das dificuldades em elaborar seu plano de negócios, por outro lado os homens se sentiram com maior dificuldade ao enfrentarem a burocracia para abertura do seu negócio.

Figura 17 – Principais dificuldades encontradas pelos MEI's, por sexo, do comércio em São Mateus para abrirem o seu negócio.

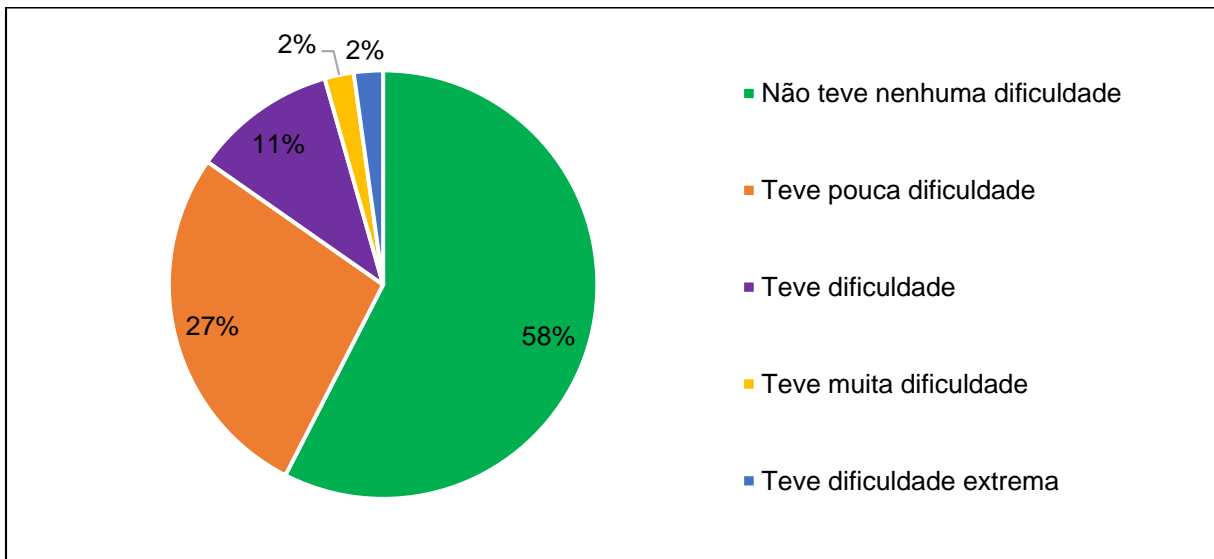


Fonte: Elaborado pela autora.

Ainda que uma parcela tenha respondido que a burocracia para formalização do negócio foi a principal dificuldade para abrir o negócio, conforme apresentado na Figura 16, poucos tiveram dificuldade, muito dificuldade ou dificuldade extrema quando questionados sobre a oficialização do negócio, apenas 15%. Sendo que 85% responderam que não tiveram nenhuma ou tiveram pouca dificuldade, como apontado na Figura 18.

É importante observar que quando se trata da abertura no negócio, envolvendo o planejamento, a experiência no ramo, o conhecimento do mercado, a formalização, o capital para investimento e outras, 36% dos entrevistados apontaram que não tiveram nenhuma dificuldade, conforme Figura 16. E quando se trata apenas da formalização, uma maior quantidade (58%) respondeu que não teve nenhuma dificuldade, conforme Figura 18. Sendo assim, entende-se que os MEI's entrevistados possuem maiores dificuldades na abertura do que na formalização do negócio.

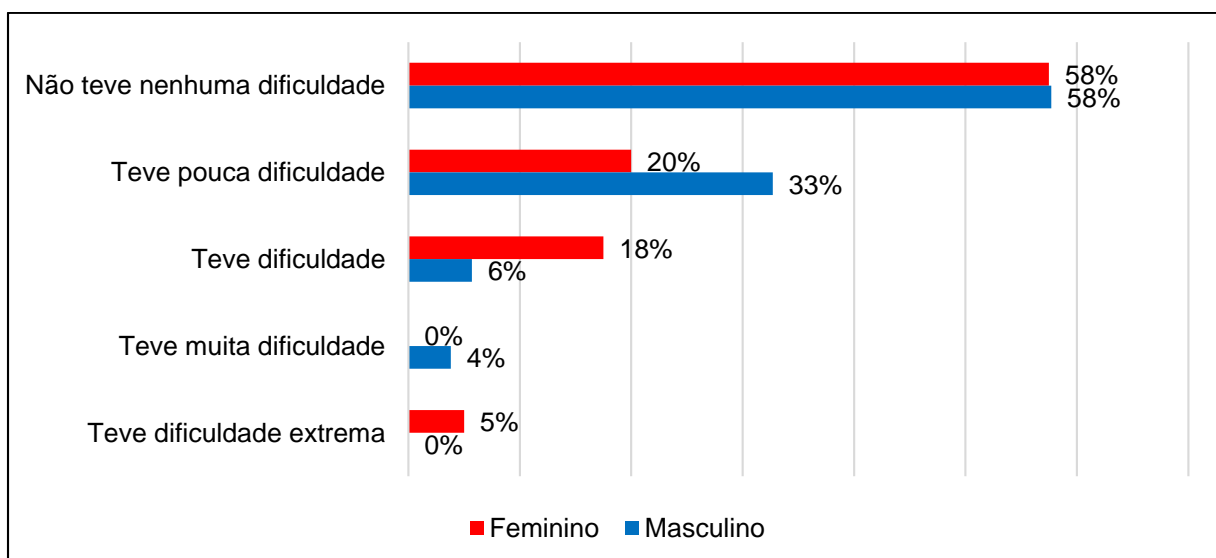
Figura 18 – Nível de dificuldade para oficialização do negócio.



Fonte: Elaborado pela autora.

Quanto ao nível de dificuldade para formalizar o negócio entre os sexos feminino e masculino, nota-se na Figura 19 que apenas as mulheres (5%) tiveram dificuldade extrema e que apenas os homens (4%) tiveram muita dificuldade. Mais mulheres do que homens tiveram dificuldade, 18% e 6%, respectivamente. Mais homens (33%) do que mulheres (20%) tiveram pouca dificuldade, enquanto que 58% dos homens e mulheres não tiveram nenhuma dificuldade.

Figura 19 – Nível de dificuldade por sexo para oficialização do negócio.



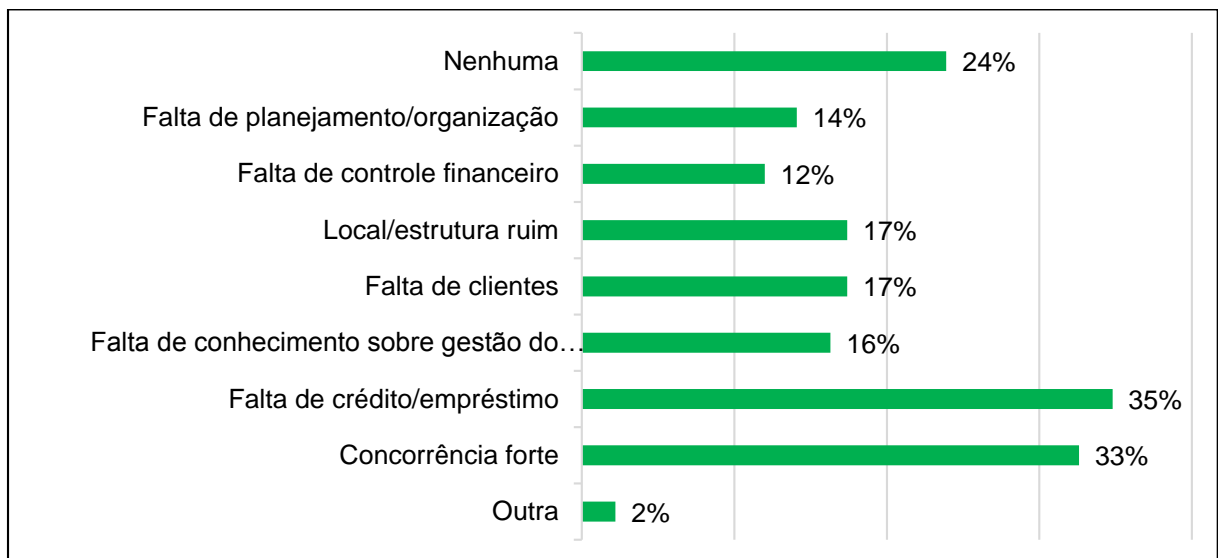
Fonte: Elaborado pela autora.

De acordo com a Figura 20, considerando que a questão é de múltipla escolha,



quando questionados sobre quais as três maiores dificuldades na condução do negócio, os respondentes apontaram que a falta de crédito/empréstimo e a concorrência forte são os maiores entraves enfrentados por eles, com 35% e 33%, respectivamente. Mas observa-se que a falta de clientes (17%), local/infraestrutura ruim (17%) e a falta de conhecimento sobre gestão do negócio (16%) também são apontados por uma parcela expressiva dos MEI's. Com um pouco menos de expressão, mas também importante, apareceram a falta de planejamento/organização (14%) e a falta de controle financeiro (12%).

Figura 20 – Maiores dificuldades encontradas na condução do negócio.

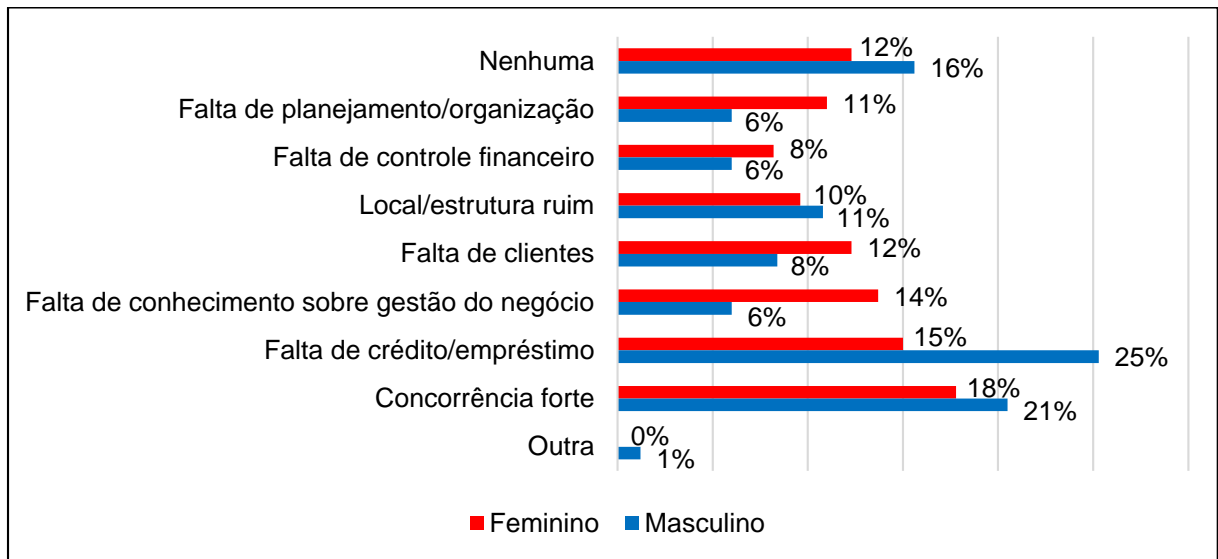


Fonte: Elaborado pela autora.

Assim, percebe-se que antes da disponibilização de linhas de crédito para este público, torna-se evidente a necessidade de fornecer capacitação nestas áreas citadas, pois, para sua própria sobrevivência, precisa fazer um bom planejamento e controle do seu negócio, precisa ter estratégias para atrair e fidelizar seus clientes e, precisa ter estrutura e local adequado para atendê-los.

As três maiores dificuldades encontradas na condução do negócio para os homens entrevistados foram falta de crédito/empréstimo (25%), concorrência forte (21%) e local/estrutura ruim (11), apesar de 16% deles responderem que não possuem nenhuma dificuldade. As mulheres apontaram como sendo as três maiores dificuldades a concorrência forte (18%), falta de crédito/empréstimo (15%) e falta de conhecimento sobre gestão do negócio (14%), apesar de 12% delas responderem que não possuem nenhuma dificuldade, como visto na Figura 21.

Figura 21 – Maiores dificuldades por sexo encontradas na condução do negócio.

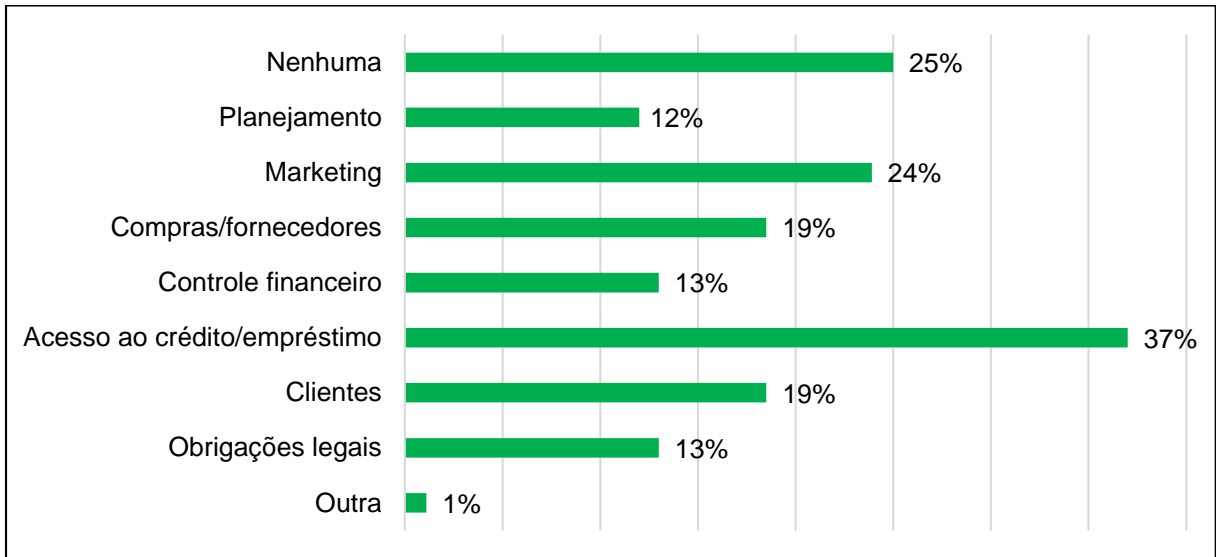


Fonte: Elaborado pela autora.

Com relação à gestão do negócio, considerando a questão como de múltipla escolha, na Figura 22, em que cada participante apontou as três maiores dificuldades, observa-se que o acesso ao crédito/empréstimo se destacou, com 37% das indicações. Isto se deve ao fato de provavelmente o MEI ao adquirir sua mercadoria ele precise pagar à vista, para depois resgatar este investimento com as vendas, limitando ao empreendedor ampliar seu negócio.

Em segundo lugar, observa-se, na Figura 22, que as questões de marketing (24%) é um problema sério enfrentado por eles, pois certamente não possuem meios e/ou não sabem como divulgar seu produto de forma correta. Compras/fornecedores e clientes vêm empatados com 17% das indicações. Certamente a falta de dinheiro dificulta este relacionamento, se não tem dinheiro, não consegue comprar, e se vende a prazo ficará sem recursos para repor seu estoque.

Figura 22 – Maiores dificuldades encontradas na gestão do negócio.



Fonte: Elaborado pela autora.

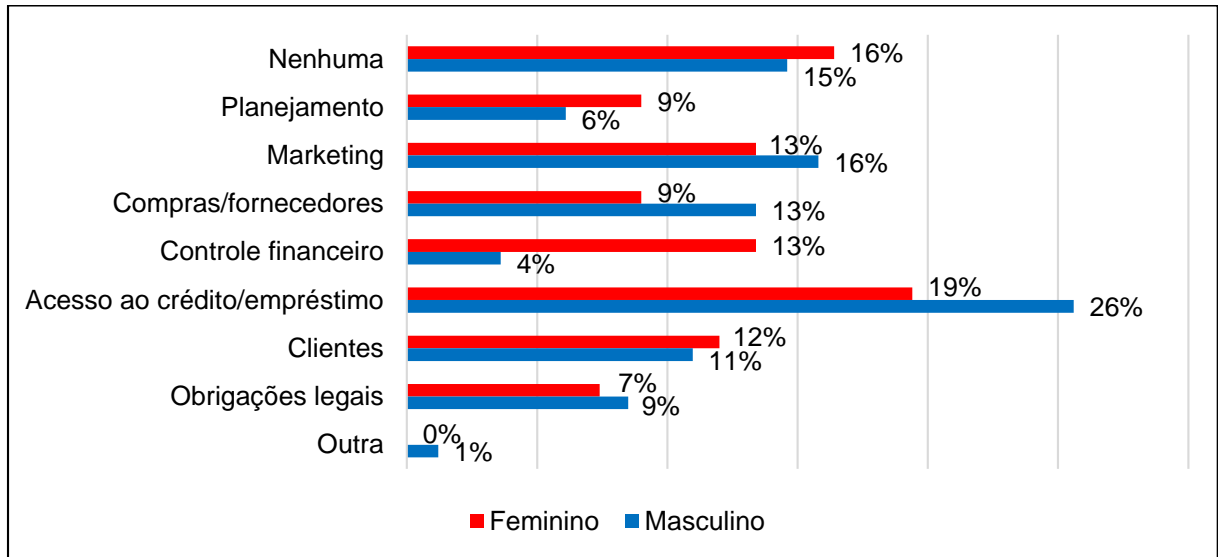
Segundo o SEBRAE (2017), dos MEI's de todos os setores, cerca de três a cada dez apontaram não ter dificuldade no processo de gestão do negócio (26%); e entre os que declararam ter dificuldade (74%), as mais mencionadas foram a conquista de clientes (31%) e o crédito (7%).

De acordo com a Figura 23, observa-se as maiores dificuldades encontradas na gestão do negócio de acordo com o sexo do entrevistado. As mulheres apontaram acesso ao crédito/empréstimo (19%), controle financeiro (13%) e marketing (13%), apesar de 16% delas apontarem não possuir nenhuma dificuldade. Os homens apontaram acesso ao crédito/empréstimo (26%), marketing (16%) e compras/fornecedores (13%), apesar de 15% deles responderem não possuir nenhuma dificuldade na gestão do negócio.

Ainda com relação à Figura 23, verifica-se que os homens apresentam maiores dificuldades do que as mulheres em marketing, compras/fornecedor, acesso ao crédito/empréstimo e com relação às obrigações legais; enquanto isto as mulheres apresentaram mais dificuldades do que os homens em planejamento, controle financeiro e com relação aos clientes.

Assim, verifica-se que existe um perfil diferenciado quanto às dificuldades na gestão do negócio, apesar de todas as opções terem sido apontadas como dificuldades nos dois grupos.

Figura 23 – Maiores dificuldades por sexo encontradas na gestão do negócio.



Fonte: Elaborado pela autora.

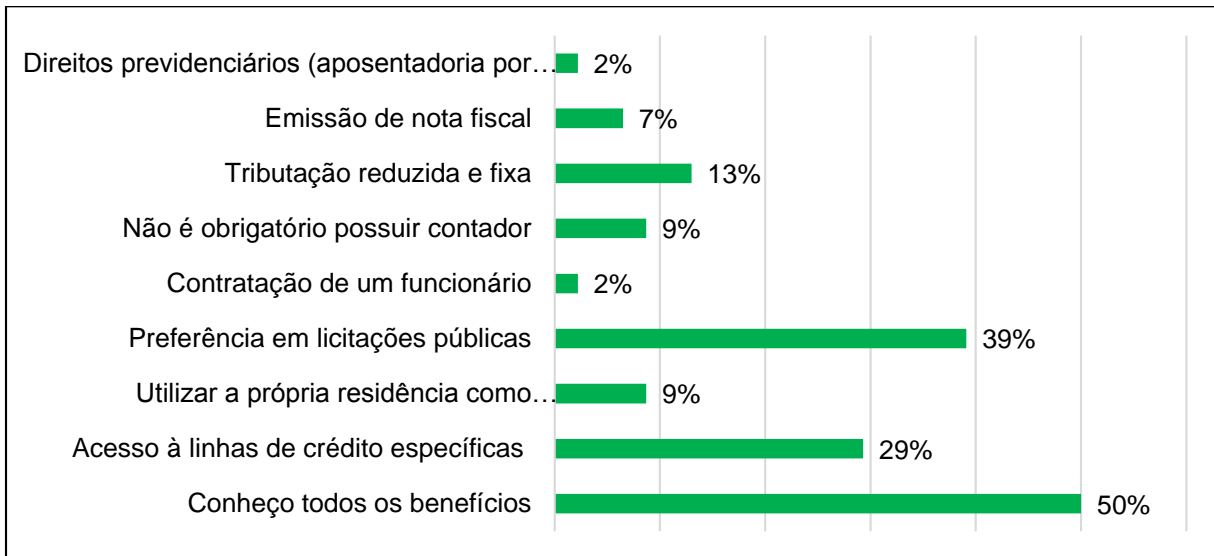
A Figura 24 apresenta as respostas dos MEI's ao serem questionados sobre quais direitos e benefícios da formalização como MEI eles não conhecem. Verifica-se nesta figura que embora 50% das respostas apontam que os entrevistados têm conhecimento de todos os benefícios, 39% apontam não conhecer que possuem preferência em licitações públicas e 29% apontam que não têm conhecimento sobre acesso à linhas de crédito específicas.

De acordo com o SEBRAE (2019), a Lei nº 11.110, de 25 de abril de 2005 instituiu o Programa Nacional do Microcrédito Produtivo Orientado que disponibiliza recursos para o microcrédito, concedendo empréstimos, de R\$300 até R\$20 mil, a microempreendedores, sendo uma opção mais simples e acessível; com menos burocracia e menores taxas de juros. As instituições autorizadas a operacionalizar as linhas de microcrédito são:

A Caixa Econômica Federal, o BNDES, os bancos comerciais, os de desenvolvimento e os múltiplos com carteira comercial, as cooperativas centrais ou singulares de crédito, as agências de fomento, a sociedade de crédito ao microempreendedor e à empresa de pequeno porte, além das organizações da sociedade civil de interesse público (SEBRAE, 2019).

Os Microempreendedores podem procurar as seguintes instituições financeiras presentes no município de São Mateus: Caixa Econômica Federal, Banco do Brasil, Banestes, Bandes (Agências do Nossocrédito) e Banco do Nordeste.

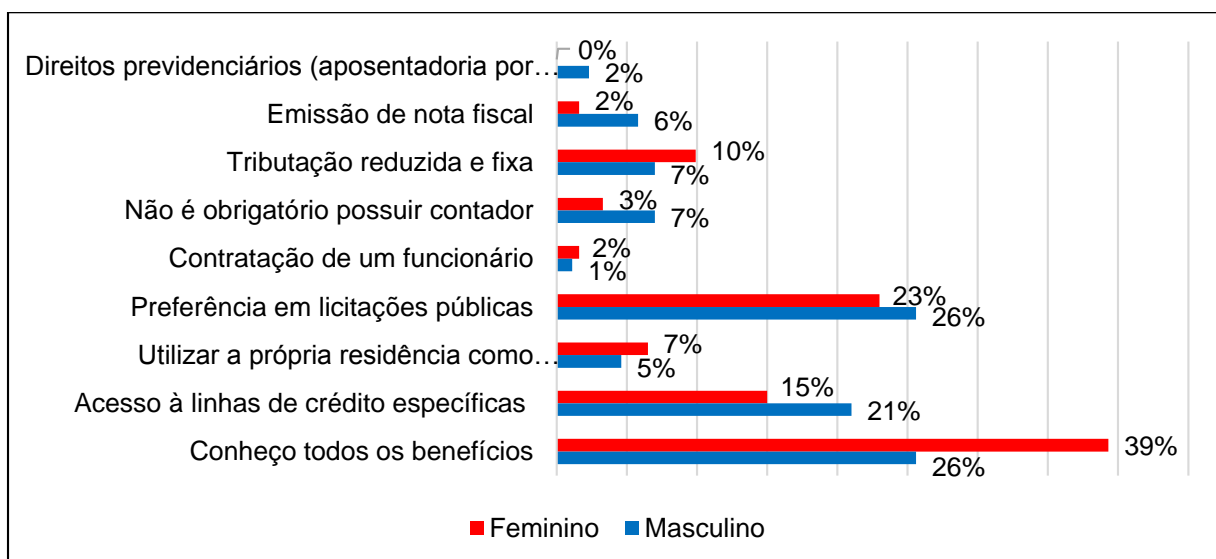
Figura 24 – Direitos e benefícios da formalização desconhecidos pelos MEI's do comércio em São Mateus.



Fonte: Elaborado pela autora.

Conforme figura 25, os direitos e benefícios da formalização mais apontados como desconhecidos foram similares entre homens e mulheres entrevistados: preferência em licitações públicas, 26% e 23%, respectivamente; e acesso à linhas de crédito específicas, 21% e 15%, respectivamente. Embora 26% deles e 39% delas responderam conhecer todos os benefícios.

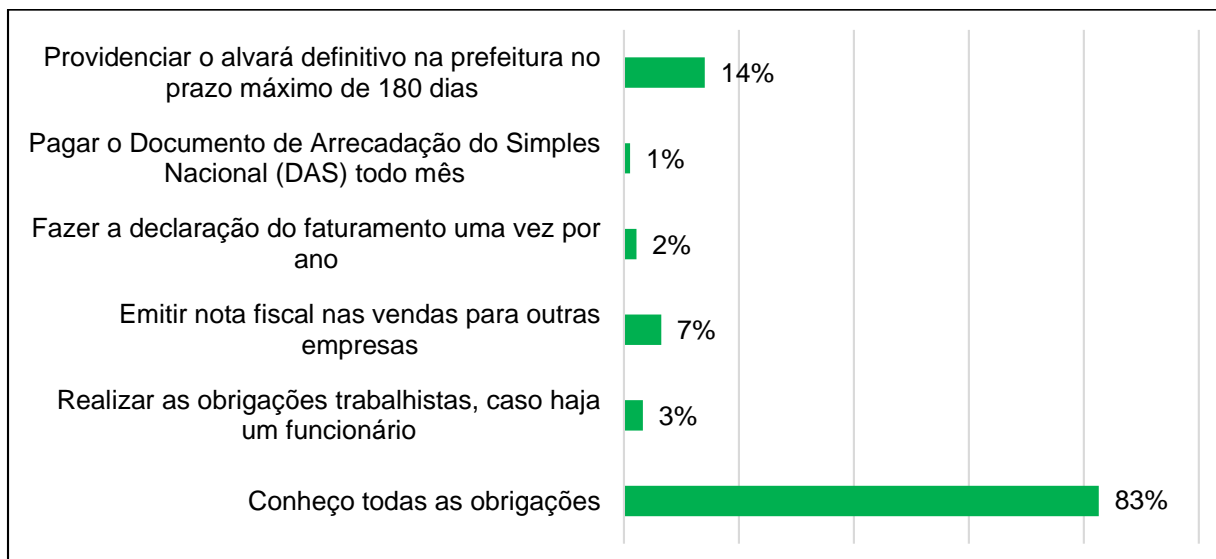
Figura 25 – Direitos e benefícios da formalização desconhecidos pelos MEI's do comércio em São Mateus por sexo.



Fonte: Elaborado pela autora.

Questionados sobre quais obrigações da formalização como MEI os entrevistados desconhecem, verifica-se na Figura 26, que quase todas as respostas apontam que eles conhecem todas as obrigações, 83%. Entretanto, 14% das respostas apontam desconhecimento sobre o alvará e 7% sobre emissão de nota fiscal nas vendas para outras empresas.

Figura 26 – Obrigações da formalização desconhecidas pelo MEI do comércio em São Mateus.

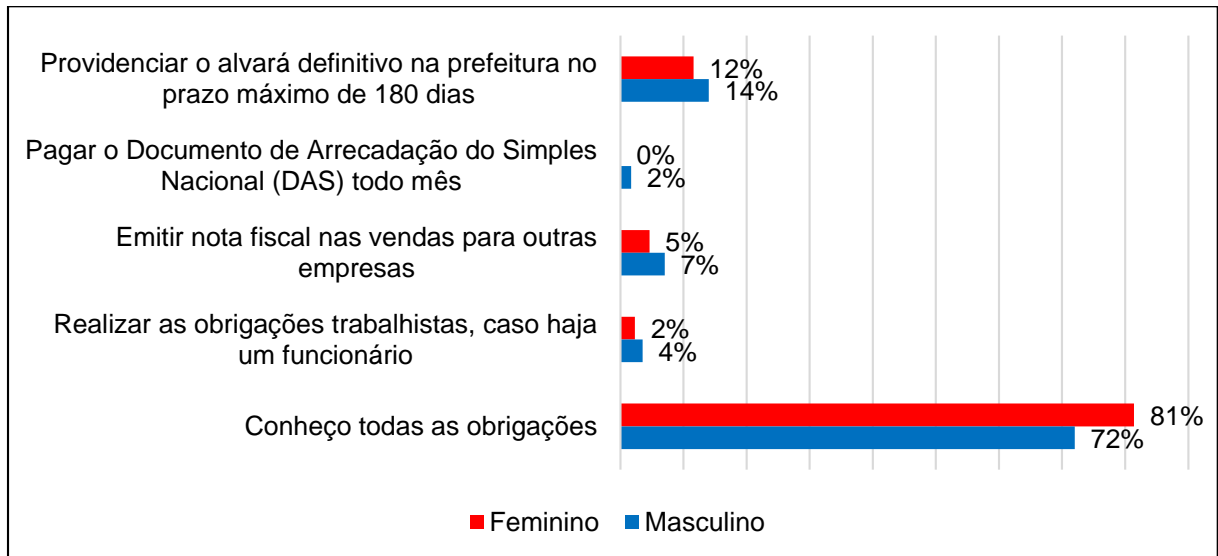


Fonte: Elaborado pela autora.

De acordo com a Figura 27, constata-se que a maioria dos entrevistados, tanto os homens (72%) quanto as mulheres (81%), conhecem as obrigações da formalização como MEI. Apenas 14% dos homens e 12% das mulheres desconhecem ter de providenciar o alvará definitivo, 7% deles e 5% delas desconhecem que é obrigatório emitir nota fiscal nas vendas para outras empresas, 4% deles e 2% delas desconhecem ter de realizar as obrigações trabalhistas, e 2% deles pagar o DAS todo mês.

De maneira geral, observa-se que as mulheres estão mais esclarecidas quanto aos direitos e benefícios e quanto às obrigações enquanto MEI conforme mostram as Figuras 25 e 26.

Figura 27 – Obrigações da formalização desconhecidas pelo MEI do comércio em São Mateus por sexo.



Fonte: Elaborado pela autora.

Resumidamente, o desejo de ter o próprio negócio é o principal motivo para formalização dos MEI's entrevistados. Na abertura no negócio, uma parcela deles apontou que não teve nenhuma dificuldade, embora outra parcela apontou que a falta de capital, a burocracia e o planejamento foram as principais dificuldades. Já na formalização, foi apontado por uma grande parcela que não houve nenhuma dificuldade, ou seja, foram apontadas maiores dificuldades na abertura do que na formalização do negócio.

Na condução do negócio, foram apontadas as principais dificuldades, sendo elas a falta de crédito/empréstimo, concorrência forte, local/estrutura ruim e falta de clientes. Já na gestão do negócio, as maiores dificuldades apontadas foram o acesso ao crédito/empréstimo, o marketing e as compras/fornecedores.

Quanto aos direitos e benefícios, constatou-se que metade dos entrevistados tem conhecimento de todos os benefícios, embora uma parcela não conhece que possui preferência em licitações públicas e acesso à linhas de crédito específicas. Enquanto a maioria conhece todos as obrigações. Percebe-se que eles estão mais instruídos a respeito das obrigações do que dos direitos.

### 3.3 CONHECIMENTO SOBRE INSTITUIÇÕES DE APOIO

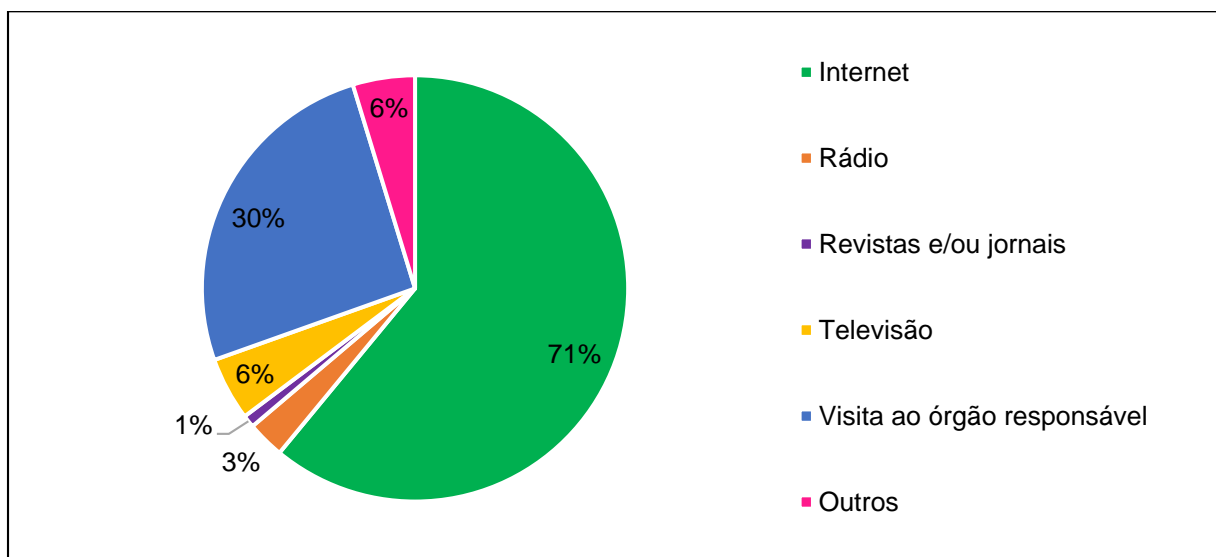
O SEBRAE (2017) aponta as principais recomendações de especialistas para

melhorar o ambiente para se empreender no Brasil, sendo uma delas a educação e capacitação, com investimento de programas governamentais, com apoio às instituições de fomento ao empreendedorismo, incentivo ao empreendedorismo nas mídias de massa, inserção da atividade empreendedora em ambientes escolares e maior aproximação entre pesquisa e tecnologia com empreendedores.

Entendendo a importância da educação e capacitação, foi questionado aos MEIs entrevistados quanto ao seu conhecimento sobre as instituições de apoio aos pequenos negócios presentes no município e aos aspectos que influenciam na busca por informações gerenciais, conforme apresentado a seguir.

Analisando a Figura 28, ao buscar por informações para gerenciar o negócio, a maioria dos entrevistados informou que recorre a internet, em segundo plano, com 30% das afirmativas informam que visitam o órgão responsável. Dentre os que marcaram a opção outros, 4% das respostas apontam não buscar informação, 1% procura outro empresário, e 1% “boca a boca”. Constata-se então que os programas governamentais e instituições de apoio conseguem alcançar este público principalmente pela internet, muito embora uma boa parcela ainda prefere se dirigir pessoalmente ao órgão responsável.

Figura 28 – Meios mais utilizados pelos MEI’s do comércio em São Mateus na busca por informação para gerenciar o negócio.



Fonte: Elaborado pela autora.

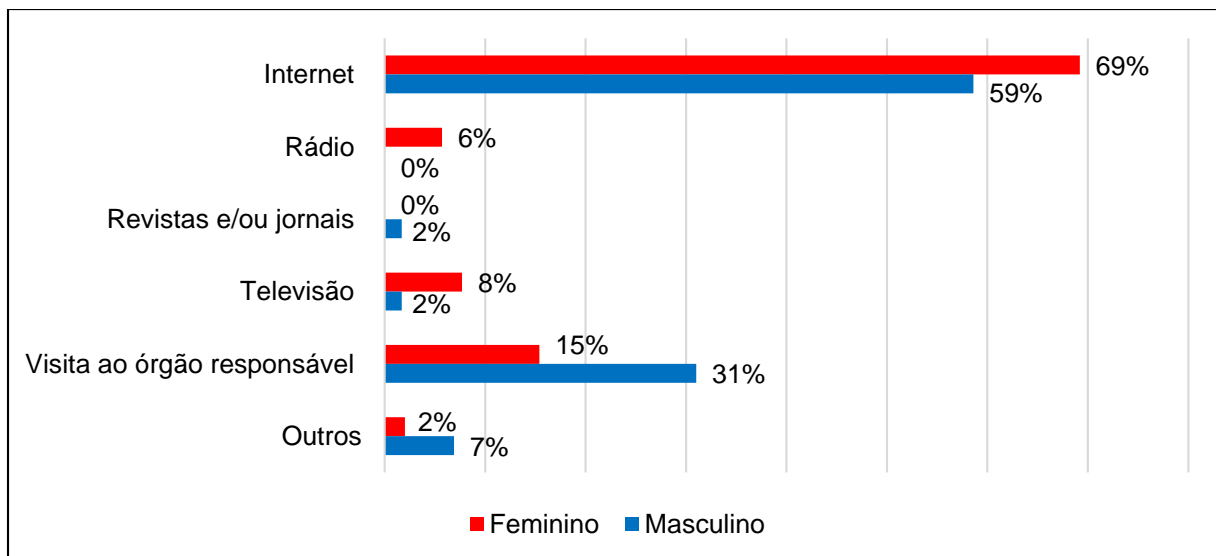
Na Figura 29 verifica-se que 69% das mulheres e 59% dos homens preferem a busca de informações pela internet; e a visita ao órgão responsável, apontada por 31% dos homens e 15% das mulheres. Entre os que responderam outros meios, os



homens (7%) apontaram que não utilizam nenhum meio, que procuram outro empresário ou utilizam om “boca a boca”, e 2% das mulheres que não utilizam nenhum meio.

Pode-se ainda verificar, nesta figura, que as mulheres preferem mais a internet, o rádio e a televisão enquanto que os homens têm maior preferência pela visita ao órgão responsável, revistas e jornais. Um dos motivos para isto pode estar atrelado à dupla jornada das mulheres, como explicado anteriormente, que além de trabalharem como MEI ainda têm as atividades rotineiras da casa, assim utilizando estes meios de comunicação elas conseguem otimizar seu tempo. Segundo o IBGE (2018), ao analisar o acesso e uso de novas tecnologias, como o telefone celular, é possível mensurar o grau de independência e autonomia das mulheres, inclusive no trabalho; e no Brasil a proporção é próxima entre homens e mulheres que possuem o telefone celular, sendo levemente superior para as mulheres.

Figura 29 – Meios mais utilizados pelos MEI's por sexo do comércio em São Mateus na busca por informação para gerenciar o negócio.

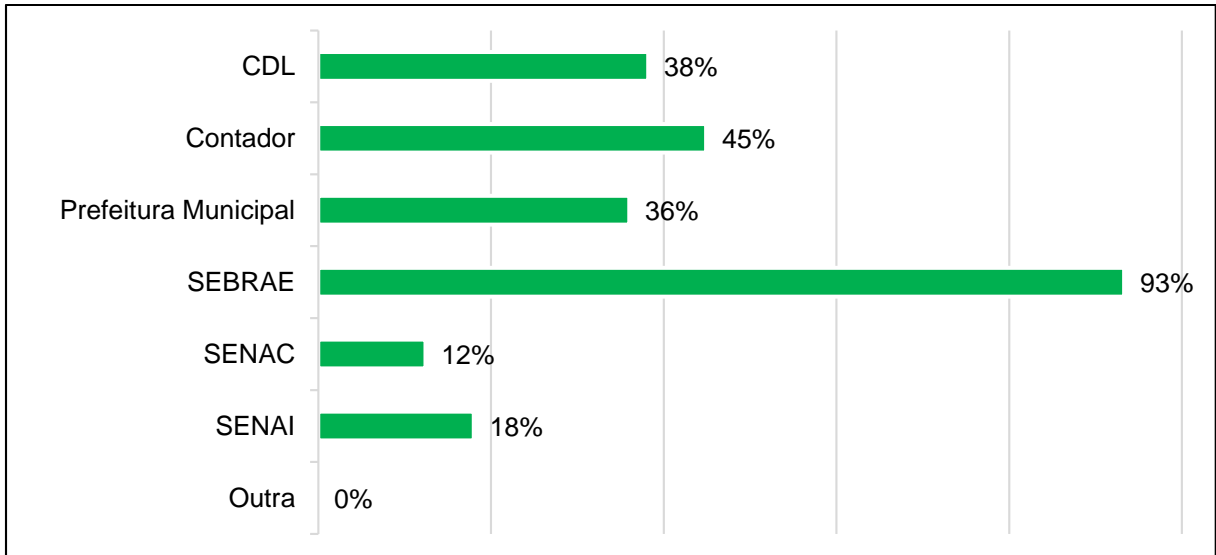


Fonte: Elaborado pela autora.

Na Figura 30 é apresentado o resultado das respostas dos entrevistados sobre qual das empresas que eles têm conhecimento que atuam como apoio ao MEI. Analisando esta figura, verifica-se que a maioria deles tem conhecimento da existência do SEBRAE, representando 93% das respostas, seguido com 45% que apontaram o contador, 38% a CDL e 36% a Prefeitura Municipal. Uma parcela menor

respondeu SENAC e SENAI. Vale salientar que todas estas instituições possuem unidades fixas no município de São Mateus.

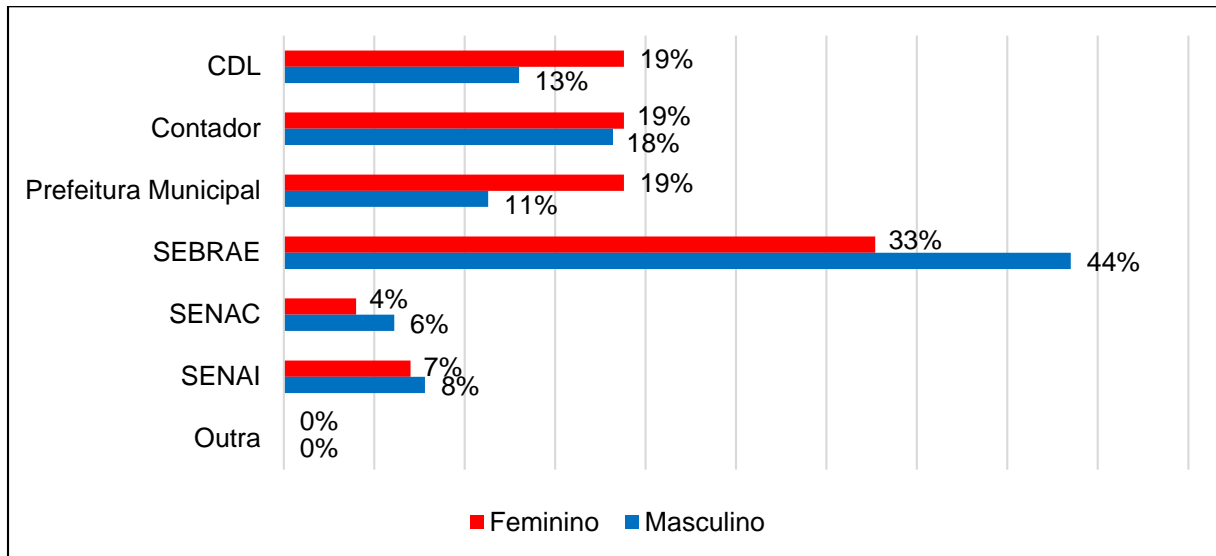
Figura 30 – Instituições de apoio aos pequenos negócios conhecidas pelos MEI's do comércio em São Mateus.



Fonte: Elaborado pela autora.

Este perfil geral também se aplica quando comparadas as respostas por sexo dos entrevistados, conforme pode ser observado na Figura 31, a maioria dos homens e mulheres conhecem o SEBRAE, 44% e 33%, respectivamente, seguido das demais instituições. Porém, verifica-se que o SEBRAE é mais conhecido pelos homens, enquanto que o CDL, contador e a prefeitura municipal são mais conhecidos pelas mulheres.

Figura 31 – Instituições de apoio aos pequenos negócios conhecidas pelos MEI's por sexo do comércio em São Mateus.

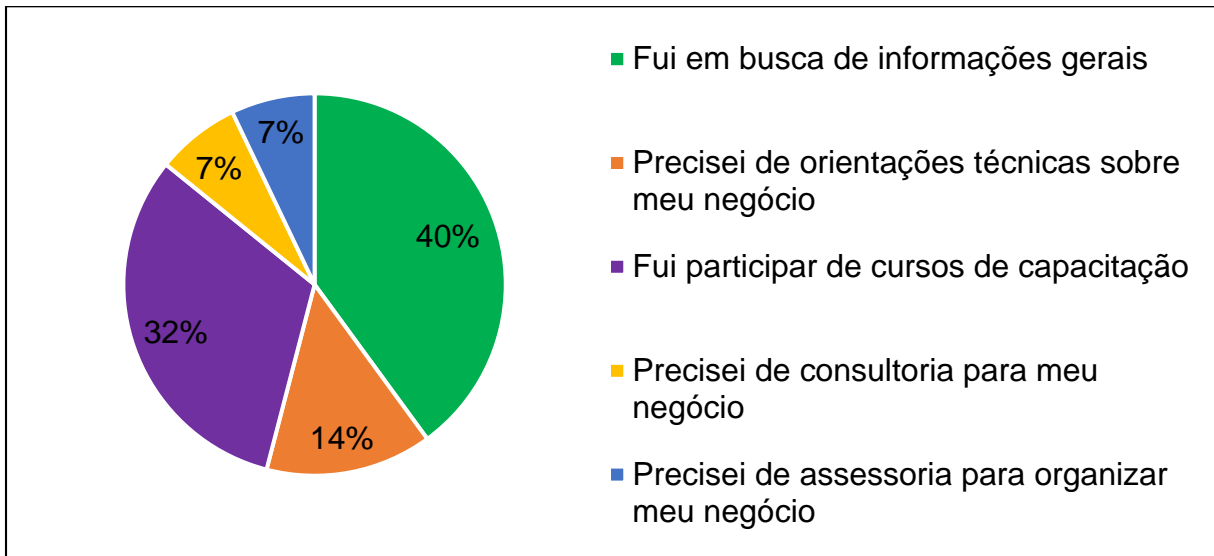


Fonte: Elaborado pela autora.

Quando questionado aos entrevistados se já estiveram em alguma dessas instituições, novamente a maioria respondeu SEBRAE (79,1%), seguido do contador (32,6%), Prefeitura Municipal (31,4%) e CDL (20,9%). Uma pequena parcela respondeu que já esteve no SENAI e SENAC, 9,3% e 3,5%, respectivamente. Portanto, essas instituições poderiam trabalhar mais a divulgação do seu trabalho para torna-lo mais acessível aos MEI's.

Como pode-se observar na Figura 32, quando questionados sobre o principal objetivo para buscar essas instituições, a prevalência das respostas, deu-se pela busca por informações gerais, representando 40%; seguida de participação em cursos de capacitações, com 32%; e a busca por orientações técnicas sobre o negócio obteve 14% das respostas. Provavelmente aqueles que foram em busca de informações gerais devem ser aqueles que estavam iniciando suas atividades como MEI, mas observa-se que muitos foram já em busca de capacitação.

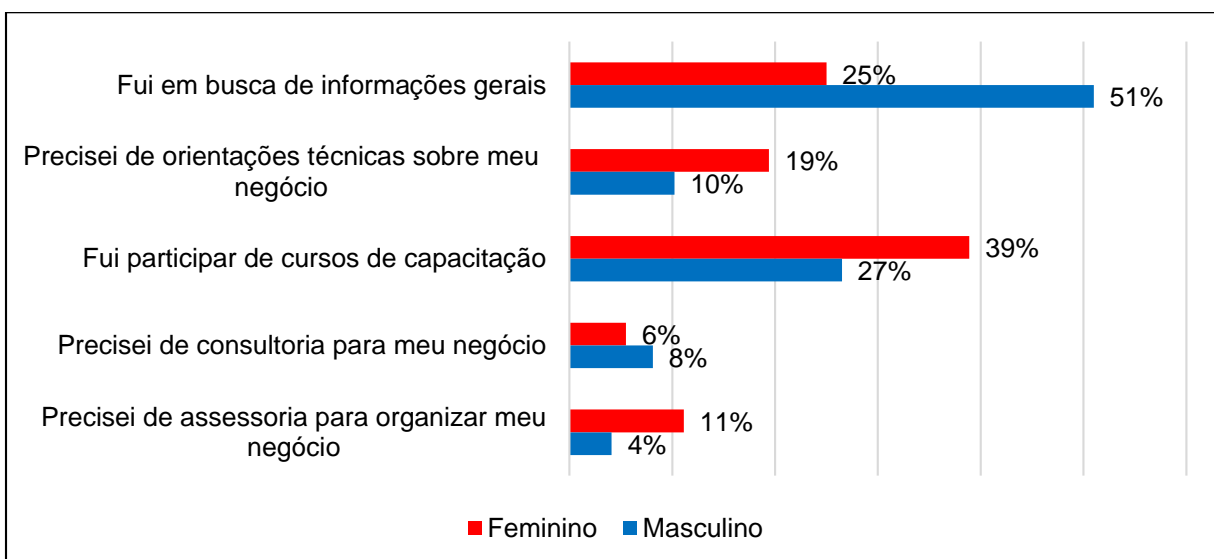
Figura 32 – Principal objetivo dos MEI's do comércio em São Mateus ao buscar as instituições de apoio.



Fonte: Elaborado pela autora.

Observa-se na Figura 33, que entre homens e mulheres, a maioria dos entrevistados apontaram que a busca por informações gerais foi o principal objetivo ao procurar as instituições de apoio, sendo 51% e 25%, respectivamente. Seguido de 39% delas e 27% deles que foram para participar de cursos de capacitação; e 19% delas e 10% porque precisaram de orientações técnicas sobre o negócio.

Figura 33 – Principal objetivo dos MEI's por sexo do comércio em São Mateus ao buscar as instituições de apoio.



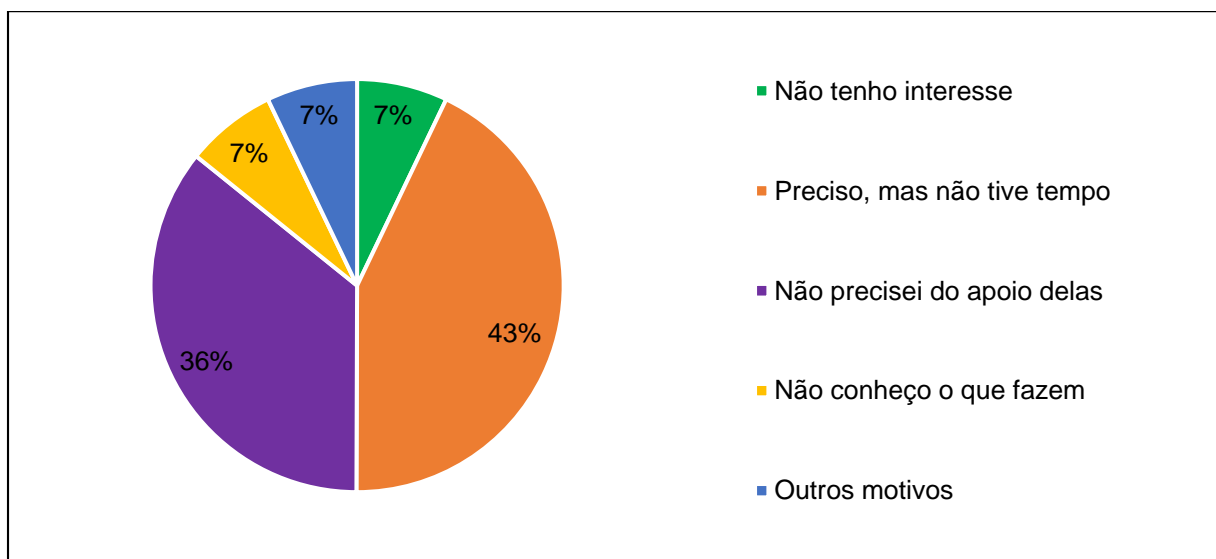
Fonte: Elaborado pela autora.

De maneira geral, verifica-se que mais homens do que mulheres buscaram informações gerais e consultoria para seu negócio, e que mais mulheres do que homens buscaram orientações técnicas, participação de cursos de capacitação e assessoria para organizar seu empreendimento.

Pode-se perceber uma preocupação desse público em obter conhecimento para gerenciar o próprio negócio ao buscar essas instituições de apoio para se informar, orientar e capacitar. Ainda se tratando dos entrevistados que buscaram o apoio das instituições, a maioria, 79%, responderam que saíram satisfeitos com o atendimento.

Identificou-se que 15% dos entrevistados, não procurou nenhum destes órgãos, para obter apoio institucional. A Figura 34 mostra os motivos alegados por estes empreendedores por não terem procurado tais instituições. Verifica-se, em sua maioria, que o motivo foi porque precisou, mas não teve tempo, representando 43% das respostas. Outra parcela representativa respondeu não ter precisado do apoio delas, representando 36%. Não tiveram interesse ou não conhecem estas instituições representou 14% deste grupo. Assim sendo, 57% deste grupo, ou seja, 8,7% dos entrevistados, que ainda não procuraram estas instituições, conduzem seus negócios sem se preocupar com a gestão sustentável do empreendimento.

Figura 34 – Principal motivo, apontado pelos MEI's do comércio em São Mateus, pelo qual ainda não buscaram as instituições de apoio.

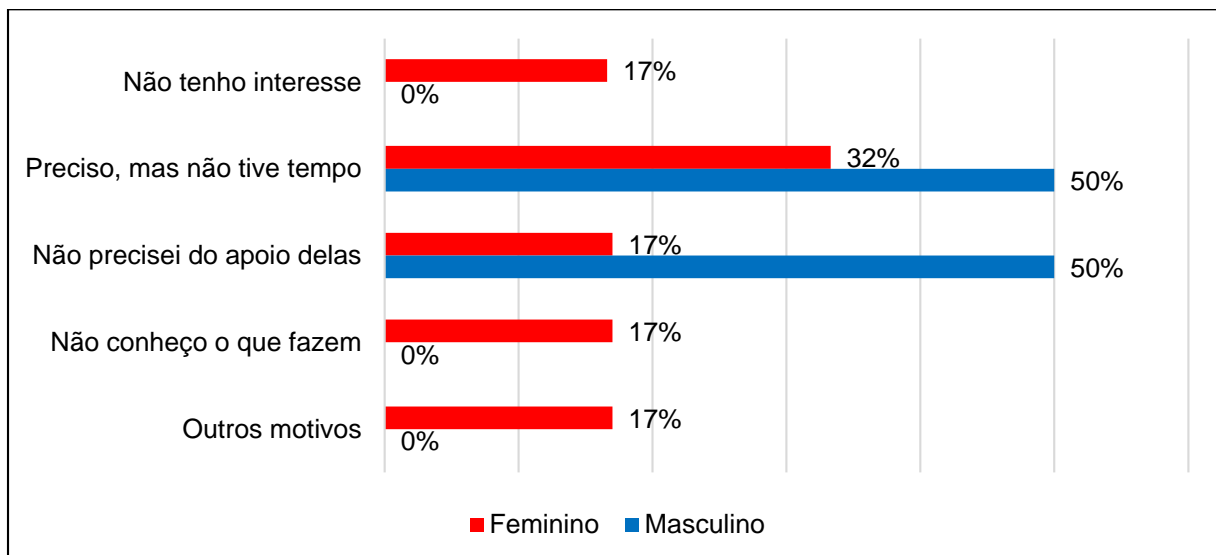


Fonte: Elaborado pela autora.

Conforme mostra a Figura 35, entre os homens entrevistados que não

buscaram as instituições de apoio, metade deles respondeu que precisou, mas não teve tempo e a outra metade respondeu que não precisou do apoio delas. Entre as mulheres, 32% responderam que precisaram, mas não tiveram tempo; não tiveram interesse, não precisaram do apoio delas e não conhecem o que fazem tiveram 1 resposta cada; outros motivos pelos quais não procuraram as instituições foi citado por 1 mulher que indicou ter sido por falta de conhecimento/estudo. Assim verifica-se que mais homens do que mulheres, dos que ainda não procuraram as instituições de apoio, reconheceram que precisam do apoio, mas lhes faltam tempo para ir em busca deste apoio.

Figura 35 – Principal motivo, apontado pelos MEI's, por sexo, do comércio em São Mateus, pelo qual ainda não buscaram as instituições de apoio.



Fonte: Elaborado pela autora.

A Figura 36 mostra as respostas dos participantes da pesquisa quando questionados sobre quais capacitações estas instituições deveriam fornecer, podendo eles marcarem até duas opções. Verifica-se, nesta figura que a opção mais demandada foi planejamento para abertura de um negócio, com 34%, em seguida aparecem atendimento ao cliente e aumento de vendas e, estratégias de marketing com 33%. O curso de gestão financeira obteve 30% das intenções e o uso da internet – redes sociais para vendas teve 28% de intenções. Uma parcela menor, com 13%, respondeu formação de preços e outra, com 11%, respondeu gestão de estoque e compras.

Assim percebe-se que existe uma demanda reprimida de capacitação, pois quase todos os cursos tiveram razoável intenção de demanda. Desta forma é preciso

que se disponibilizem tais cursos, mas que eles sejam divulgados de forma ampla aos possíveis demandadores.

Figura 36 – Capacitações que as instituições deveriam fornecer, apontadas pelos MEI's do comércio em São Mateus.



Fonte: Elaborado pela autora.

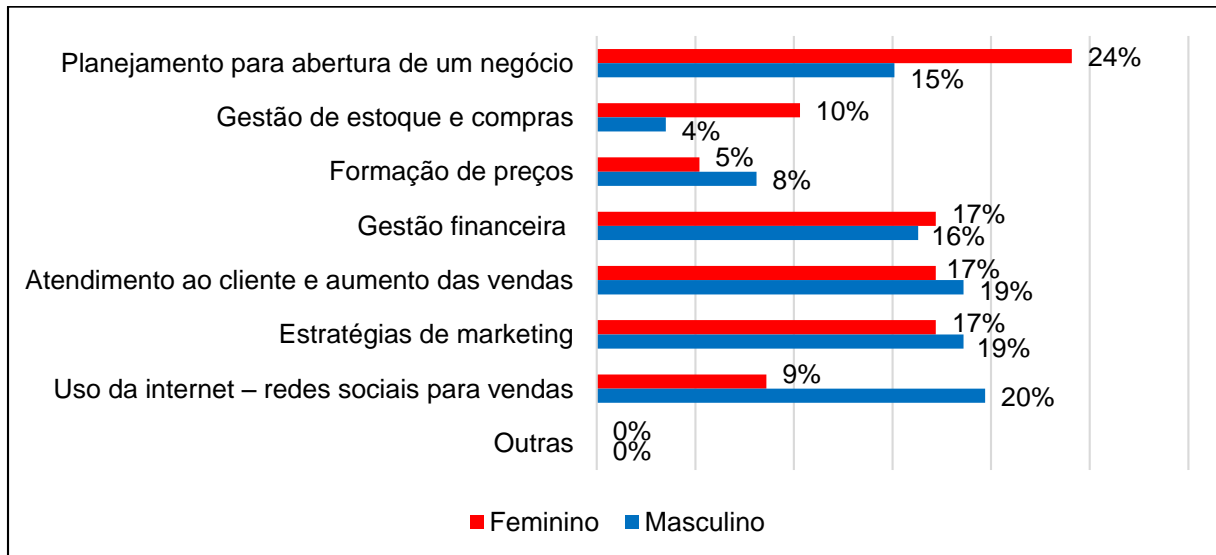
Constata-se o reconhecimento dos empresários de que todas as áreas da gestão do negócio apontadas na pesquisa necessitam de capacitação. De acordo com um estudo do SEBRAE (2017), os MEI's apontaram como maior necessidade de capacitação em controle financeiro, em orientação para crédito, em marketing, e em qualidade de produto ou serviço.

Ao comparar as respostas das mulheres e homens entrevistados, constata-se que as capacitações mais apontadas entre os homens são uso da internet – redes sociais para vendas (19,7%), estratégias de marketing (18,6%) e atendimento ao cliente e aumento das vendas (18,6%), ressalta-se uma preocupação dos homens com as vendas do negócio. As capacitações mais apontadas pelas mulheres foram planejamento para abertura de um negócio (24,1%), gestão financeira (17,2%), atendimento ao cliente e aumento das vendas (17,2%) e estratégias de marketing (17,2%), nota-se que as mulheres também se preocupam com as vendas, mas também com o planejamento e finanças do negócio, como pode ser observado na Figura 37.

Observa-se, ainda, que as mulheres demandaram mais do que os homens nos seguintes cursos: planejamento para abertura de um negócio e gestão de estoque e

compras. Já os homens demandaram mais do que as mulheres o curso de Internet – redes sociais para vendas. Nos demais cursos, a intensidade das demandas foi similar.

Figura 37 – Capacitações que as instituições deveriam fornecer, apontadas pelos MEI's, por sexo, do comércio em São Mateus.

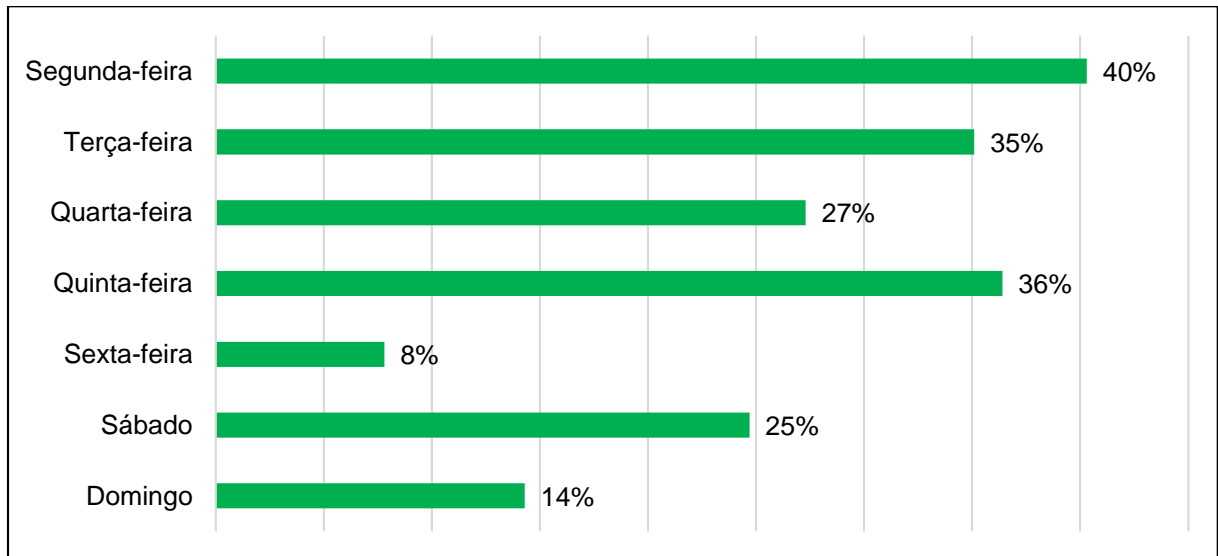


Fonte: Elaborado pela autora.

Na Figura 38 têm-se os dias preferenciais dos MEI's para participarem de cursos de capacitação. Foi dada a eles a opção de marcarem dois dias de sua preferência. Observa-se que a maior preferência para participar de cursos de capacitação em São Mateus é na segunda-feira, ficando como segunda opção a terça e quinta-feira.



Figura 38 – Melhores dias da semana para participação em cursos/capacitações, apontados pelos MEI's do comércio em São Mateus.

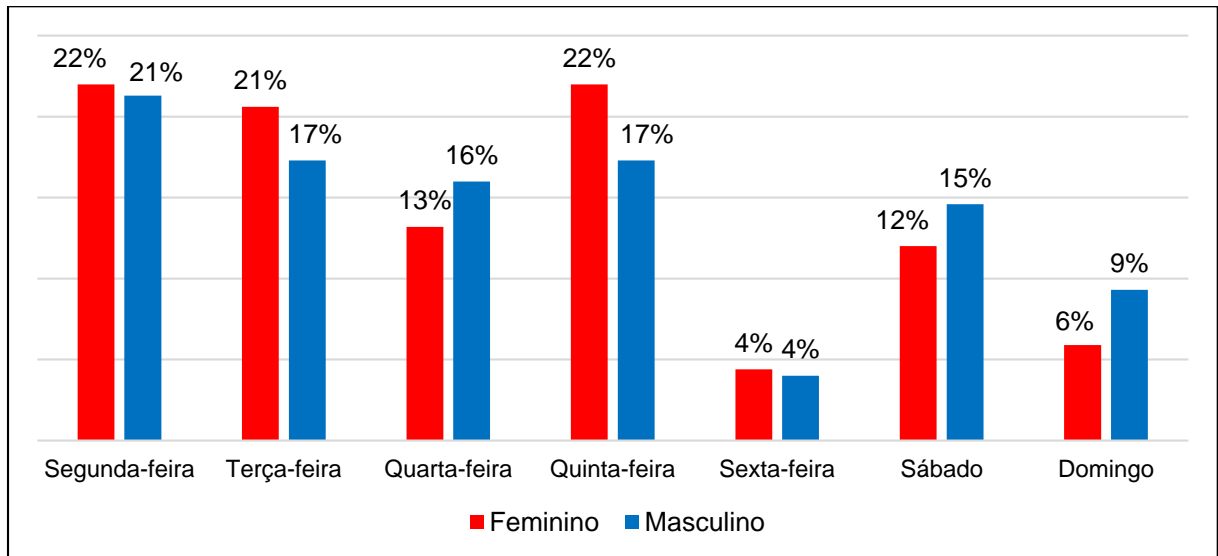


Fonte: Elaborado pela autora.

Percebe-se que o pior dia para que eles participem de capacitações é a sexta-feira, que perde até para o dia de domingo. Isto se deve provavelmente porque a segunda-feira deve ser um dia de movimento muito fraco e a sexta-feira seja o dia de maiores oportunidades, haja vista que neste dia muitas pessoas recebem seus pagamentos semanais, está próximo do fim de semana e normalmente há mais movimento nas ruas da cidade.

Observa-se na Figura 39, que a opinião do perfil geral dos entrevistados não destoa das respostas dos entrevistados quando comparados entre os sexos feminino e masculino, entre os dois a maioria respondeu que os melhores dias da semana para participar de cursos e capacitações são a segunda-feira, quinta-feira e terça-feira.

Figura 39 – Melhores dias da semana para participação em cursos/capacitações, apontados pelos MEI's, por sexo, do comércio em São Mateus.

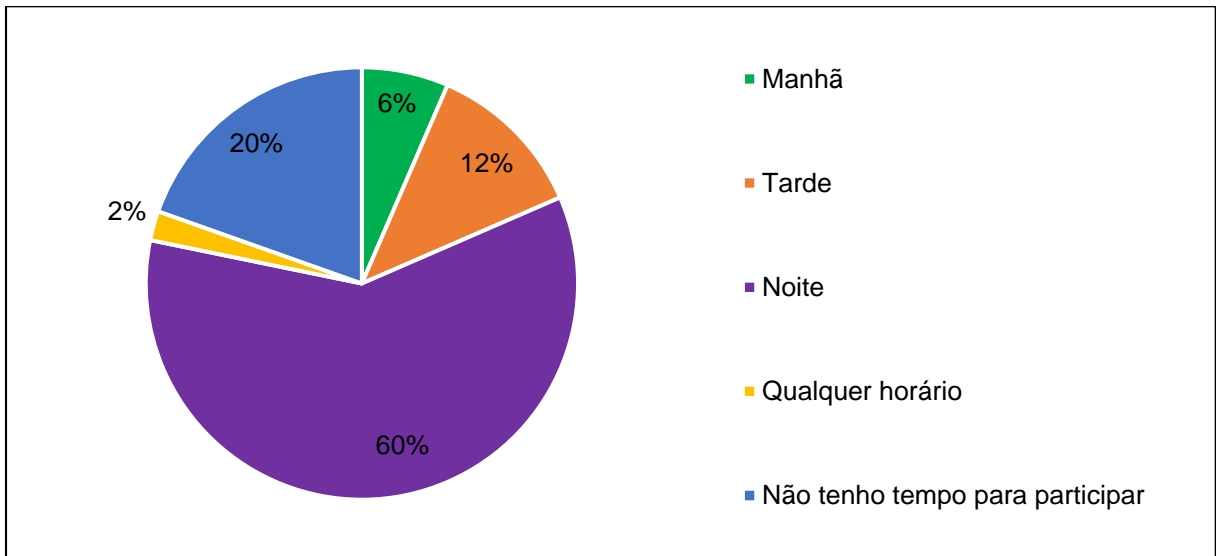


Fonte: Elaborado pela autora.

Com relação ao horário das capacitações, observa-se na Figura 40, que 60% dos empreendedores preferem participar das capacitações em período noturno. Apenas 6% deles preferem participar dos treinamentos pela manhã e 12% têm preferência pelo período da tarde. Verifica-se ainda, que somente 2% dos empreendedores informaram que participariam dos treinamentos em qualquer horário.

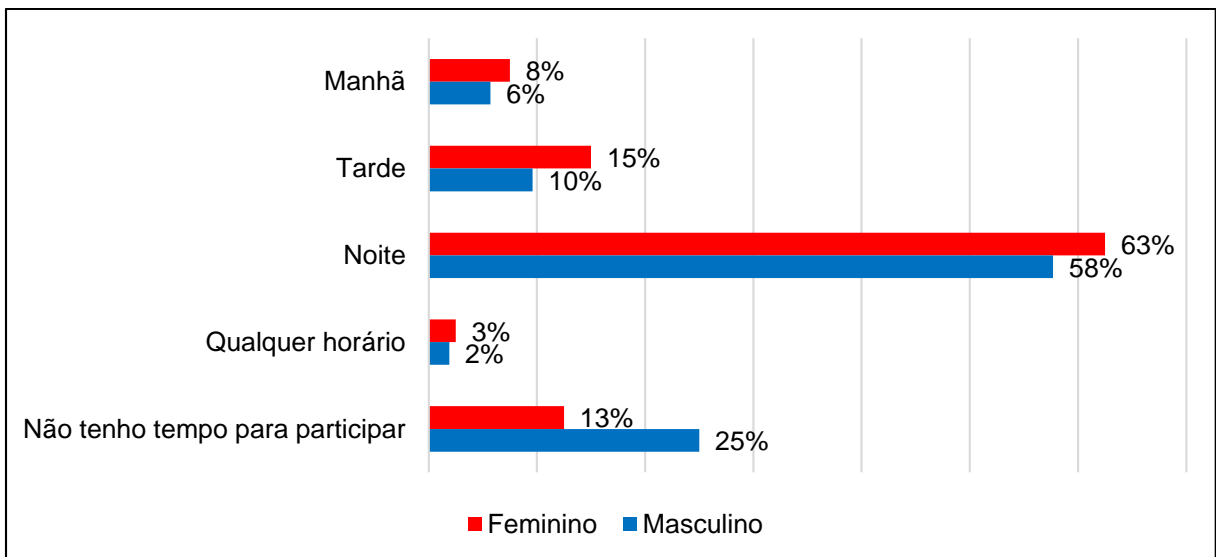
Observa-se ainda nesta figura que 20% dos microempreendedores não possuem disponibilidade para participar em nenhum horário do dia. Verifica-se que a maioria dos empreendedores que afirmaram não ter disponibilidade de tempo para se capacitarem são homens (25%), enquanto que somente 13% das mulheres afirmaram não ter disponibilidade de tempo, conforme pode ser verificado na Figura 41.

Figura 40 – Horário mais conveniente para os MEI's do comércio em São Mateus participarem de curso/capacitação.



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 41 – Horário mais conveniente para os MEI's, por sexo, do comércio em São Mateus participarem de curso/capacitação.



Fonte: Elaborado pela autora.

Em suma, entre os entrevistados, a maioria utiliza a internet como meio de buscar informações para gerenciar o negócio, em especial as mulheres, visto que ainda possuem dupla jornada, com este meio elas conseguem otimizar o tempo; enquanto que os homens têm maior preferência pela visita ao órgão responsável. O SEBRAE é a instituição de apoio mais conhecida e mais visitada entre os MEI's entrevistados, isto pode ocorrer pelo fato do seu trabalho ser especificamente de apoio aos pequenos negócios, embora as demais instituições também poderiam tornar seu

trabalho mais acessível a esse público.

Os MEI's visitam as instituições citadas principalmente para buscar informações gerais, a maioria homens, provavelmente porque estavam iniciando suas atividades; mas muitos também foram para participar de cursos, com maioria das mulheres. Contudo, entre os que não buscaram apoio das instituições, uma parcela considerável afirmou que não precisou do apoio delas, em sua maioria homens; e outra parcela considerável afirmou que precisou, mas não teve tempo, também em sua maioria homens.

Percebeu-se que entre as opções de capacitações que as instituições poderiam fornecer, existe intenção de demanda para quase todas, mais especificamente, há maior demanda das mulheres nos cursos de planejamento para abertura de um negócio, gestão financeira, atendimento ao cliente e aumento das vendas, e estratégias de marketing; enquanto que há maior demanda dos homens no curso de internet – redes sociais para vendas. Observou-se ainda uma maior preferência para participar das capacitações na segunda, terça e quinta-feira, no horário noturno.

### 3.4 SOLUÇÕES PARA O ENFRENTAMENTO DAS DIFICULDADES ENCONTRADAS

Como discorrido na abordagem conceitual, a administração de um negócio é a solução fundamental para sua sobrevivência e desenvolvimento. Diante disto, sugere-se as seguintes propostas de solução para enfrentamento das principais dificuldades apontadas pelos Microempreendedores Individuais entrevistados:

A burocracia foi apontada como uma das dificuldades para abertura do negócio, porém espera-se que esta dificuldade seja diminuída, pois, após a realização da pesquisa de campo, foi sancionada a Lei da Liberdade Econômica, Nº 13.874, em 20 de setembro de 2019, visando diminuir a burocracia para abertura de empresas, inclusive micro e pequenos negócios, não serão exigidos alvará e licenças de empresas que exerçam atividade de baixo risco, sendo estas definidas pelo Poder Executivo na ausência de regras específicas estaduais, distritais ou municipais (BRASIL, Lei nº 13.874, 2019).

Quanto ao planejamento para abertura do negócio uma ferramenta importante que auxiliará o empreendedor é o plano de negócios, para traçar os objetivos e o caminho a ser percorrido para serem alcançados, com o intuito de identificar a viabilidade da ideia, fazendo um retrato do mercado, do produto, dos clientes, dos

concorrentes, dos fornecedores e dos pontos fortes e fracos do negócio (SEBRAE, 2019).

Acerca da gestão financeira é importante identificar as receitas e despesas, projetando todas as entradas e pagamentos a serem realizados a curto e longo prazo e tendo controle das contas a receber, o que ajudará a diminuir a inadimplência e a ter dinheiro no caixa para pagamento dos fornecedores. Estes controles podem ser feitos de forma simples, em um caderno ou com auxílio de programas (*software*) (ALBUQUERQUE; ESCRIVÃO FILHO; TERENCE, 2016).

Também foram apontadas dificuldades quanto ao marketing, a concorrência e aos clientes, nas quais é possível perceber uma correlação: quando estabelecidas estratégias de marketing, considera-se o que pode agregar valor ao produto, sendo necessário traçar o perfil dos clientes para atender suas necessidades e conseguir fidelidade, que por consequência, os clientes não procurarão a concorrência já que suas necessidades são atendidas por esta empresa.

Ressalta-se que é importante o empreendedor analisar sobre o que pode ser oferecido ao cliente e sobre o preço que ele está disposto a pagar, sempre considerando o preço da concorrência. Analisar também o ponto de venda, a localização, e a estrutura; a comunicação com o cliente a respeito de ofertas, como as redes sociais, por exemplo; bem como as estratégias de vendas: ponto de venda, sacolas ou por telefone (ALBUQUERQUE; ESCRIVÃO FILHO; TERENCE, 2016).

Com relação a compras de fornecedores, para que não haja dependência de apenas um fornecedor e o risco de não ocorrer a entrega do produto, é importante criar um cadastro de fornecedores por produto, devendo-se analisar diversos fatores para escolha destes fornecedores, como, distância, referências, custo do frete, qualidade, capacidade de fornecimento, preço, prazo, e forma de pagamento e entrega (SEBRAE, 2016).

O SEBRAE oferta consultorias e cursos, presenciais e online, em todas as áreas apresentadas como dificuldades de gestão, como planejamento, recursos humanos, finanças e marketing e vendas; entre as soluções ofertadas, há as opções gratuitas e as não gratuitas que possuem subsídio de até 80% do custo do serviço; e a programação de dia e horário varia, podendo ocorrer em qualquer turno e em qualquer dia da semana; aos MEI's que não possuem tempo para visitar esta instituição, ainda podem se capacitar por meio dos cursos online disponíveis no site do SEBRAE. Até o momento da realização desta pesquisa não havia programação de

capacitações disponíveis para o SEBRAE de São Mateus.

O SENAC também oferta cursos na área de administração e negócios e possui programação disponível para os meses de outubro, novembro e dezembro de 2019, com os seguintes cursos: “Como abrir o seu E-Commerce – Estratégias e modelos de negócios” e “Contabilidade para não contadores”. Os cursos não são gratuitos, mas há a possibilidade de desconto nos valores; podendo se matricular diretamente na unidade de São Mateus ou pelo site da instituição (SENAC, 2019).

Em suma, salienta-se que os empreendedores podem buscar as instituições de apoio presentes no município para auxiliá-los nas dificuldades apontadas, bem como em capacitar-se em outras áreas da gestão, seja por meio de consultoria, assessoria, capacitações e treinamentos.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa de campo realizada no município de São Mateus-ES buscou contribuir com informações que possam auxiliar a gestão empresarial dos Microempreendedores Individuais do setor de comércio, levantando o perfil desse público, suas necessidades gerenciais e seu conhecimento sobre as instituições de apoio presentes no município.

Neste contexto, em consonância com os objetivos propostos, foi possível traçar um perfil para o MEI, no qual os adultos entre 30 a 59 anos empreendem mais, destacando-se a participação dos homens, embora com pouca diferença da participação das mulheres; em sua maioria possui o ensino médio completo; apresentam rendimento médio mensal de menor que 4 salários mínimos e não possuem outra fonte de renda além do MEI; e a maioria são empreendimentos novos, atuam no mercado entre 1 e 4 anos, mas existe uma parcela considerável que atua há mais de 6 anos.

Foram identificadas as principais necessidades gerenciais enfrentadas por esses empreendedores, dos quais a maioria empreendeu porque deseja ter o próprio negócio, ainda que muitos empreenderam por não haver outra oportunidade de trabalho. A maioria dos respondentes apontou que não tiveram dificuldade para abrir o negócio e nem para oficializá-lo, entretanto, mesmo que a legislação diminua a burocracia para este tipo de negócio, ela foi apontada como um fator que dificulta a abertura da empresa.

Outra dificuldade apontada pelos respondentes é a falta de capital, de crédito e empréstimo, tanto na abertura quanto na condução do negócio, sendo questionável a facilidade no acesso ao crédito para as pequenas empresas, também assegurado pela legislação. Vale ressaltar que a forte concorrência também foi apontada por uma parcela significativa dos entrevistados como uma dificuldade na condução do negócio.

Quanto à gestão do negócio, além do acesso ao crédito e empréstimo, as dificuldades mais apontadas foram marketing; compras e fornecedores; e clientes. Foi possível perceber também que os microempreendedores entrevistados estão cientes dos direitos e obrigações adquiridos com a formalização. Contudo, todas as dificuldades apontadas merecem atenção das instituições de apoio na criação de programas e capacitações voltados para suprir essas necessidades.

Notou-se que a internet é o principal meio utilizado na busca por informações

gerenciais, embora ir ao órgão responsável também é preferido pelos entrevistados. Dentre as instituições apontadas, o SEBRAE é a mais conhecida e mais procurada pelos MEI's com os principais objetivos de buscar informações gerais e cursos de capacitação, evidentemente pelo seu trabalho específico com as micro e pequenas empresas. Entretanto, as outras instituições são importantes em diversos aspectos desde a abertura até o desenvolvimento do negócio, e estas poderiam se apresentar mais acessíveis a esse público.

Diversas áreas da gestão do negócio foram reconhecidas pelos próprios empresários como necessidade de capacitação, dentre elas o planejamento para abertura do negócio, atendimento ao cliente e aumento das vendas, estratégias de marketing, gestão financeira e uso da internet – redes sociais para vendas.

Constatou-se que a falta de conhecimento para empreender o negócio pode influenciar na sobrevivência da empresa, contudo, observou-se que no município de São Mateus/ES existem o SEBRAE e outras instituições que apoiam os pequenos negócios.

Percebeu-se durante a aplicação dos questionários que as mulheres empreendem variando pouco as atividades, em sua maioria em comércio de roupas e acessórios; enquanto os homens empreendem em diversas atividades, como comércio de artigos e alimentos para animais, equipamentos e acessórios de informática e comunicação, de móveis usados e mercearias.

Diante do exposto, conclui-se que os Microempreendedores Individuais do setor de comércio do município de São Mateus são adultos, com poucos jovens empreendedores; possuem um bom nível de escolaridade, o que influencia em sua busca por informações que auxiliam na gestão; conhecem os direitos e deveres da formalização, e as instituições de apoio, como o SEBRAE, o que evita o surgimento de problemas, e quando houver ele saiba como solucionar. Para a maioria o MEI é a sua única fonte de renda, o que mostra a importância do empreendedorismo na economia, bem como merece uma atenção especial na criação de políticas públicas para que se mantenham sustentáveis. Contudo, necessitam de auxílio na abertura do negócio principalmente para que estejam bem estruturados e amparados e que tenham menos dificuldades na condução e gestão do negócio.

Com isto, recomenda-se que o Governo, juntamente com as instituições de apoio ao empreendedorismo, adquira uma nova visão para trabalhar e alcançar esse público. Sugere-se também que os Microempreendedores Individuais busquem não



apenas empreender, mas sim, aprender, adquirindo conhecimento para aprimorar seus negócios.

Como esta pesquisa foi realizada apenas com o grupo de MEIs do setor de comércio, sugere-se que outros trabalhos nestes moldes sejam conduzidos para que se conheça o perfil destes microempreendedores do município de São Mateus.

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, A. F.; ESCRIVÃO FILHO, E.; TERENCE, A. C. F. Aspectos funcionais associados à mortalidade da Pequena empresa: fatores relevantes de operações, Finanças e marketing no varejo de vestuário. **EGEPE – Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**. 9., 2016, Passo Fundo/RS. Anais... Passo Fundo, 2016, p. 1-16.

ALBUQUERQUE, A. F.; FILHO, E. E.; NAGANO, M. S.; TERENCE, A. C. F. Os aspectos organizacionais e a mortalidade da pequena empresa: descrição dos fatores relevantes no setor de varejo de vestuário. **GEPROS. Gestão da Produção, Operações e Sistemas**, Bauru, Ano 14, nº 3, jul-set/2018, p. 176-209.

ALBUQUERQUE, F. **Desenvolvimento Econômico Local e Distribuição do Progresso Técnico: uma resposta às exigências do ajuste estrutural**. Fortaleza: Banco do Nordeste, 1998. Disponível em: <[https://static.fecam.net.br/uploads/28/arquivos/4065\\_ALBUQUERQUE\\_F\\_Desenvolvimento\\_Economico\\_Local\\_e\\_Distribuicao\\_do\\_Progresso\\_Tecnico\\_Caderno\\_do\\_IL\\_PES\\_Traducao.PDF](https://static.fecam.net.br/uploads/28/arquivos/4065_ALBUQUERQUE_F_Desenvolvimento_Economico_Local_e_Distribuicao_do_Progresso_Tecnico_Caderno_do_IL_PES_Traducao.PDF)>. Acesso em 17 mai. 2019.

ALMEIDA, F. M.; VALADARES, J. L.; SEDIYAMA, G. A. S. Contribuição do empreendedorismo para o crescimento econômico dos estados brasileiros. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, São Paulo, v. 6, p. 466-494, dez. 2017.

BATISTA, T. T. E. et al. O microempreendedor individual e a promoção do desenvolvimento econômico. **Revista Brasileira de Gestão Ambiental**, Paraíba, v. 7, n. 1, p. 102-129, jan-mar. 2013.

BORGES, R. P.; OLIVEIRA, D. M. Sobrevivência e mortalidade das micro e pequenas empresas: estudo dos fatores determinantes e condicionantes. **Enciclopédia Biosfera, Centro Científico Conhecer**, Goiânia, v.10, n.19, p.506-512, 2014.

BRASIL. **Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006**. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis no 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1o de maio de 1943, da Lei no 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar no 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis no 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/lcp123.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm)>. Acesso em: 25 set. 2017.

\_\_\_\_\_. **Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008**. Altera a Lei Complementar no 123, de 14 de dezembro de 2006, altera as Leis nos 8.212, de 24 de julho de 1991, 8.213, de 24 de julho de 1991, 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – Código Civil, 8.029, de 12 de abril de 1990, e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/lcp128.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp128.htm)>. Acesso em: 27 set. 2017.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002.** Institui o Código Civil. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/l10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406.htm)>. Acesso em 15 abr. 2019.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 10.683, de 28 de maio de 2003.** Altera a Lei nº 10.683, de 28 de maio de 2003, que dispõe sobre a organização da Presidência da República e dos Ministérios, criando a Secretaria da Micro e Pequena Empresa, cargo de Ministro de Estado e cargos em comissão, e a Lei Complementar no 123, de 14 de dezembro de 2006; e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2013/Lei/L12792.htm#art5](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12792.htm#art5)>. Acesso em: 28 set. 2017.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 13.874, de 20 de setembro de 2019.** Institui a Declaração de Direitos de Liberdade Econômica. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2019/lei/L13874.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/L13874.htm)>. Acesso em: 01 nov. 2019.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 4.137 de 10 de setembro de 1962.** Regula e repressão ao abuso do Poder Econômico. Brasília, 23 nov. 1962. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/1950-1969/L4137impressao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1950-1969/L4137impressao.htm)>. Acesso em 05 jul. 2016.

\_\_\_\_\_. **Resolução nº 36 de 02 de maio de 2016.** Dispõe sobre o procedimento de cancelamento de inscrição de microempreendedor individual – MEI inadimplente. Disponível em: <[http://www.mdic.gov.br/images/resolucoesdrei/Resoluo\\_36\\_alterada\\_pelas\\_Resolucoes\\_39\\_-\\_43\\_-\\_44\\_verso\\_fev19.pdf](http://www.mdic.gov.br/images/resolucoesdrei/Resoluo_36_alterada_pelas_Resolucoes_39_-_43_-_44_verso_fev19.pdf)>. Acesso em 16 nov. 2019.

CÊRA, K.; FILHO, E. E. Particularidades de gestão da pequena empresa: condicionantes ambientais, organizacionais e comportamentais do dirigente. EGEPE – Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. 3., 2003, Brasília. **Anais...** Brasília: UEM/UEL/UnB, 2003, p. 796-812.

CHIAVENATO, I. **Administração de Empresas.** 3. Ed. São Paulo: Makron Books, 1994.

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

DRUCKER, P. F. **Prática da Administração de Empresas.** 1. Ed. São Paulo: Pioneira, 1981.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 05-28, abr./jun. 1999.

FRAGA, R.; BUSSOLO, R.; SILVA, R. A importância da escolaridade de gestores em organizações privadas: uma visão dos empreendedores do município de Pedras Grandes-SC. **I Congresso Sul Catarinense de Administração e Comércio Exterior.**

Criciúma/SC, 2017. Disponível em: <<http://periodicos.unesc.net/admcomex/article/view/3678>>. Acesso em 13 mar. 2020.

GEM (Global Entrepreneurship Monitor). **Empreendedorismo no Brasil: Relatório executivo 2017**. Disponível em: <[https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL\\_web.pdf](https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf)>. Acesso em 21 abr. 2019.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório executivo 2018**. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>>. Acesso em 15 nov. 2019.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, A. F. **O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na cidade de Vitória da Conquista-Ba**. Revista Alcance, 2004, 11(2): 207-226.

GUERRA, O.; TEIXEIRA, F. A sobrevivência das pequenas empresas no desenvolvimento capitalista. **Revista de Economia Política**. vol. 30, nº 1 (117), p. 124-139, jan-mar/2010.

HUBERMAN, L. **História da Riqueza do Homem**. ed. 21, LTC: Rio de Janeiro, 1986.

IBGE. **Estatísticas de gênero: Indicadores sociais das mulheres no Brasil**. Disponível em: <[https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101551\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101551_informativo.pdf)>. Acesso em 15 nov. 2019.

LEMOS, M. L. F.; ROSA, S. E. S. **BNDES 50 Anos - Histórias Setoriais: Os Setores de Comércio e de Serviços**. 2002. Disponível em: <[http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes\\_pt/Galerias/Convivencia/Publicacoes/Consulta\\_Expressa/Setor/Comercio\\_e\\_Servicos/200212\\_29.html](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Galerias/Convivencia/Publicacoes/Consulta_Expressa/Setor/Comercio_e_Servicos/200212_29.html)>. Acesso em 26 nov. 2016.

LONGENECKER, J. G. *et al.* **Administração de Pequenas Empresas**. 13. Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2015.

MARIA, J. P.; SOUZA, A. C. **Micro empresário individual – empreendedorismo e realidade administrativa atual**. Disponível em: <<http://repositorio.unesc.net/bitstream/1/2346/1/Jeferson%20Przyvitowski%20Maria.pdf>>. Acesso em 22 mai. 2019.

NARDOTO, E. O. **História, geografia e economia de São Mateus**. São Mateus: ed. do autor, 2016.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Estatísticas**. Disponível em: <<http://www.portaldoe empreendedor.gov.br/estatisticas>>. Acesso em: 16 abr. 2019.

RECEITA FEDERAL. **O que é o Simples Nacional?** Disponível em: <<https://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/Documentos/Pagina.aspx?id=3>>. Acesso em 19 nov. 2016.

\_\_\_\_\_. **Receita divulga relação de baixa de CNPJs – MEI.** Disponível em: <<https://receita.economia.gov.br/noticias/ascom/2018/fevereiro/receita-divulga-relacao-de-baixa-de-cnpj-do-mei>>. Acesso em 16 nov. 2019.

SARFATI, G. Estágios de desenvolvimento econômico e políticas públicas de empreendedorismo de micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) em perspectiva comparada: os casos do Brasil, do Canadá, do Chile, da Irlanda e da Itália. **Revista de Administração Pública.** Rio de Janeiro, v. 47, nº 1, p. 25-48, 2013.

SEBRAE. **Confira as diferenças entre micro empresa, pequena empresa e MEI.** Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em 22 mai. 2019.

\_\_\_\_\_. **Consultorias.** Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/es/herdado/consultorias,a750aea3fcf9d510VgnVCM1000004c00210aRCRD?origem=estadual&codUf=8>>. Acesso em 16 nov. 2019.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo feminino no Brasil.** Disponível em: <[https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/Empreendedorismo-Feminino-no-Brasil-2019\\_v5.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/Empreendedorismo-Feminino-no-Brasil-2019_v5.pdf)>. Acesso em 15 nov. 2019.

\_\_\_\_\_. **Micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil.** Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil,ad0fc70646467410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acesso em 22 mai. 2019.

\_\_\_\_\_. **Microcrédito para pequenos negócios: tire as suas dúvidas.** Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/microcredito-para-pequenos-negocios-tire-as-suas-duvidas,f6bace4ac7e6d610VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em 15 nov. 2019.

\_\_\_\_\_. **Os donos de negócio no Brasil: análise por faixa de renda (2003 – 2013).** Disponível em: <[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/5233f8a3bfff4044344918255d387502/\\$File/5772.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5233f8a3bfff4044344918255d387502/$File/5772.pdf)>. Acesso em 06 out. 2019.

\_\_\_\_\_. **Panorama Sebrae – Janeiro/2019.** Disponível em: <[https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Panorama-Sebrae\\_012019.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Panorama-Sebrae_012019.pdf)>. Acesso em 22 mai. 2019.

\_\_\_\_\_. **Pequeno negócio responde por 99 % dos empreendimentos do RN.** Disponível em: <<http://www.rn.sebrae.com.br/noticia/pequenos-negocios-respondem-por-99-dos-empreendimentos-do-rn/>>. Acesso em 19 nov. 2016.

\_\_\_\_\_. **Perfil das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte 2018.** Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RO/Anexos/Perfil%20das%20ME%20e%20EPP%20-%2004%202018.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2019.

\_\_\_\_\_. **Perfil do Microempreendedor Individual 2017.** Disponível em: <[https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2018/03/Perfil-do-Microempreendedor-Individual\\_2017-v10.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2018/03/Perfil-do-Microempreendedor-Individual_2017-v10.pdf)>. Acesso em: 10 mar. 2019.

\_\_\_\_\_. **Pesquisa de fornecedores.** Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/pesquisa-de-fornecedores,ea7836627a963410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em 01 nov. 2019.

\_\_\_\_\_. **Quem somos.** Disponível em: <[http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais\\_adicionais/conheca\\_quem\\_somos](http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_quem_somos)>. Acesso em 16 set. 2016.

\_\_\_\_\_. **Ramos de atividades.** Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/ramos-de-atividades,8ef89e665b182410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em 22 mai. 2019.

\_\_\_\_\_. **Sobrevivência das empresas no Brasil - 2016.** Disponível em <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-relatorio-2016.pdf>>. Acesso em 22 mar. 2019.

\_\_\_\_\_. **Tudo o que você precisa saber para criar o seu plano de negócio.** Disponível em <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em 01 nov. 2019.

SENAC. **O que é o SENAC?** Disponível em: <<http://www.es.senac.br/senac/index.html>>. Acesso em 22 mai. 2019.

SILVA, R. O. **Teorias da Administração.** São Paulo: Person Education Brasil, 2013.

SOUSA, L. G.. **Economia Industrial.** Edição digital: 2005. Disponível em: <[www.eumed.net/libros/2005/lgs-ei/](http://www.eumed.net/libros/2005/lgs-ei/)>. Acesso em 26 nov. 2016.

SURVEY MONKEY. **Calculadora de tamanho de amostra.** Disponível em: <<https://pt.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>>. Acesso em: 26 mar. 2019.

APÊNDICE A – Questionário para aplicar aos Microempreendedores Individuais do ramo de comércio do município de São Mateus/ES

### A) PERFIL SOCIOECONÔMICO DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL

|   |
|---|
| <p><b>1. Faixa etária:</b></p> <p><input type="checkbox"/> 18 a 29 anos</p> <p><input type="checkbox"/> 30 a 39 anos</p> <p><input type="checkbox"/> 40 a 49 anos</p> <p><input type="checkbox"/> 50 a 59 anos</p> <p><input type="checkbox"/> 60 anos ou mais</p>  |
| <p><b>2. Sexo:</b></p> <p><input type="checkbox"/> Feminino                      <input type="checkbox"/> Masculino</p>   |
| <p><b>3. Grau de escolaridade:</b></p> <p><input type="checkbox"/> Pós-graduação completa ou não</p> <p><input type="checkbox"/> Ensino superior completo</p> <p><input type="checkbox"/> Ensino médio completo</p> <p><input type="checkbox"/> Ensino fundamental completo</p> <p><input type="checkbox"/> Não teve oportunidade de estudar</p>  |
| <p><b>4. Faturamento médio mensal do negócio:</b></p> <p><input type="checkbox"/> Até 1 salário mínimo (até R\$998,00)</p> <p><input type="checkbox"/> De 1 a 2 salários mínimos (de R\$998,00 a R\$1.996,00)</p> <p><input type="checkbox"/> De 2 a 3 salários mínimos (de R\$1.996,00 a R\$2.994,00)</p> <p><input type="checkbox"/> De 3 a 4 salários mínimos (de R\$2.994,00 a R\$3.992,00)</p> <p><input type="checkbox"/> De 4 a 5 salários mínimos (de R\$3.992,00 a R\$4.990,00)</p> <p><input type="checkbox"/> De 5 a 6 salários mínimos (de R\$4.990,00 a R\$5.988,00)</p> <p><input type="checkbox"/> De 6 a 7 salários mínimos (de R\$5.988,00 a R\$6.986,00)</p> <p><input type="checkbox"/> Mais de 7 salários mínimos (Mais de R\$6.986,00)</p>   |
| <p><b>5. Renda média mensal de outra fonte que não seja o MEI:</b></p> <p><input type="checkbox"/> Não possui</p> <p><input type="checkbox"/> Até 1 salário mínimo (até R\$998,00)</p> <p><input type="checkbox"/> De 1 a 2 salários mínimos (de R\$998,00 a R\$1.996,00)</p> <p><input type="checkbox"/> De 2 a 3 salários mínimos (de R\$1.996,00 a R\$2.994,00)</p> <p><input type="checkbox"/> De 3 a 4 salários mínimos (de R\$2.994,00 a R\$3.992,00)</p> <p><input type="checkbox"/> De 4 a 5 salários mínimos (de R\$3.992,00 a R\$4.990,00)</p> <p><input type="checkbox"/> De 5 a 6 salários mínimos (de R\$4.990,00 a R\$5.988,00)</p> <p><input type="checkbox"/> De 6 a 7 salários mínimos (de R\$5.988,00 a R\$6.986,00)</p> <p><input type="checkbox"/> Mais de 7 salários mínimos (Mais de R\$6.986,00)</p> |
| <p><b>6. Há quanto tempo você atua como MEI?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Menos de um ano</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 1 e 2 anos</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 3 e 4 a nos</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 5 e 6 anos</p> <p><input type="checkbox"/> Há mais de 6 anos</p>  |

**B) GESTÃO DO NEGÓCIO****7. Você se tornou um microempreendedor por que motivo?**

- Não havia outra oportunidade de trabalho  
 Vi como sendo um boa oportunidade de crescimento profissional  
 O mercado de trabalho que atendo me direcionou para este ramo  
 Para sair da informalidade  
 Desejava ter meu próprio negócio  
 Outro

**8. Qual foi a principal dificuldade para abrir o seu negócio?**

- Nenhuma  
 Elaborar o planejamento do negócio  
 A falta de experiência do ramo  
 O desconhecimento do mercado  
 Burocracia para formalização do negócio  
 Falta de capital  
 Outra

**9. Na sua opinião foi difícil oficializar o seu negócio?**

- Não tive nenhuma dificuldade  
 Tive pouca dificuldade  
 Tive dificuldade  
 tive muita dificuldade  
 Tive dificuldade extrema

**10. Quais as três maiores dificuldades na condução do seu negócio?**

- Nenhuma  
 Falta de planejamento/organização  
 Falta de controle financeiro  
 Local/estrutura ruim  
 Falta de clientes  
 Falta de conhecimento sobre gestão do negócio  
 Falta de crédito/empréstimo  
 Concorrência forte  
 Outra. Indique: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**11. Quais as três maiores dificuldades encontradas na gestão do seu negócio?**

- Nenhuma  
 Planejamento  
 Marketing  
 Compras/fornecedores  
 Controle financeiro  
 Acesso ao crédito/empréstimo  
 Clientes  
 Obrigações legais  
 Outra. Indique: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_



**12. Dentre os direitos e benefícios da formalização como MEI, quais você não conhece?**

- ( ) Direitos previdenciários (aposentadoria por idade e por invalidez, auxílio doença, auxílio maternidade, pensão por morte)  
 ( ) Emissão de nota fiscal  
 ( ) Tributação reduzida e fixa  
 ( ) Não é obrigatório possuir contador  
 ( ) Contratação de um funcionário  
 ( ) Preferência em licitações públicas  
 ( ) Utilizar a própria residência como estabelecimento  
 ( ) Acesso à linhas de crédito específicas  
 ( ) Conheço todos os benefícios

**13. Dentre as obrigações da formalização como MEI, quais você não conhece?**

- ( ) Providenciar o alvará definitivo na prefeitura no prazo máximo de 180 dias  
 ( ) Pagar o Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS) todo mês  
 ( ) Fazer a declaração do faturamento uma vez por ano  
 ( ) Emitir nota fiscal nas vendas para outras empresas  
 ( ) Realizar as obrigações trabalhistas, caso haja um funcionário  
 ( ) Conheço todas as obrigações

**C) CONHECIMENTO SOBRE INSTITUIÇÕES DE APOIO**

**14. Na busca por informação para gerenciar seu negócio, quais meios você mais utiliza?**

- ( ) Internet  
 ( ) Rádio  
 ( ) Revistas e/ou jornais  
 ( ) Televisão  
 ( ) Visita ao órgão responsável  
 ( ) Outros. Indique: \_\_\_\_\_

**15. Você tem conhecimento da existência de alguma instituição que fornece apoio aos pequenos negócios? Se sim, assinale quais. PODE MARCAR MAIS DE UMA OPÇÃO.**

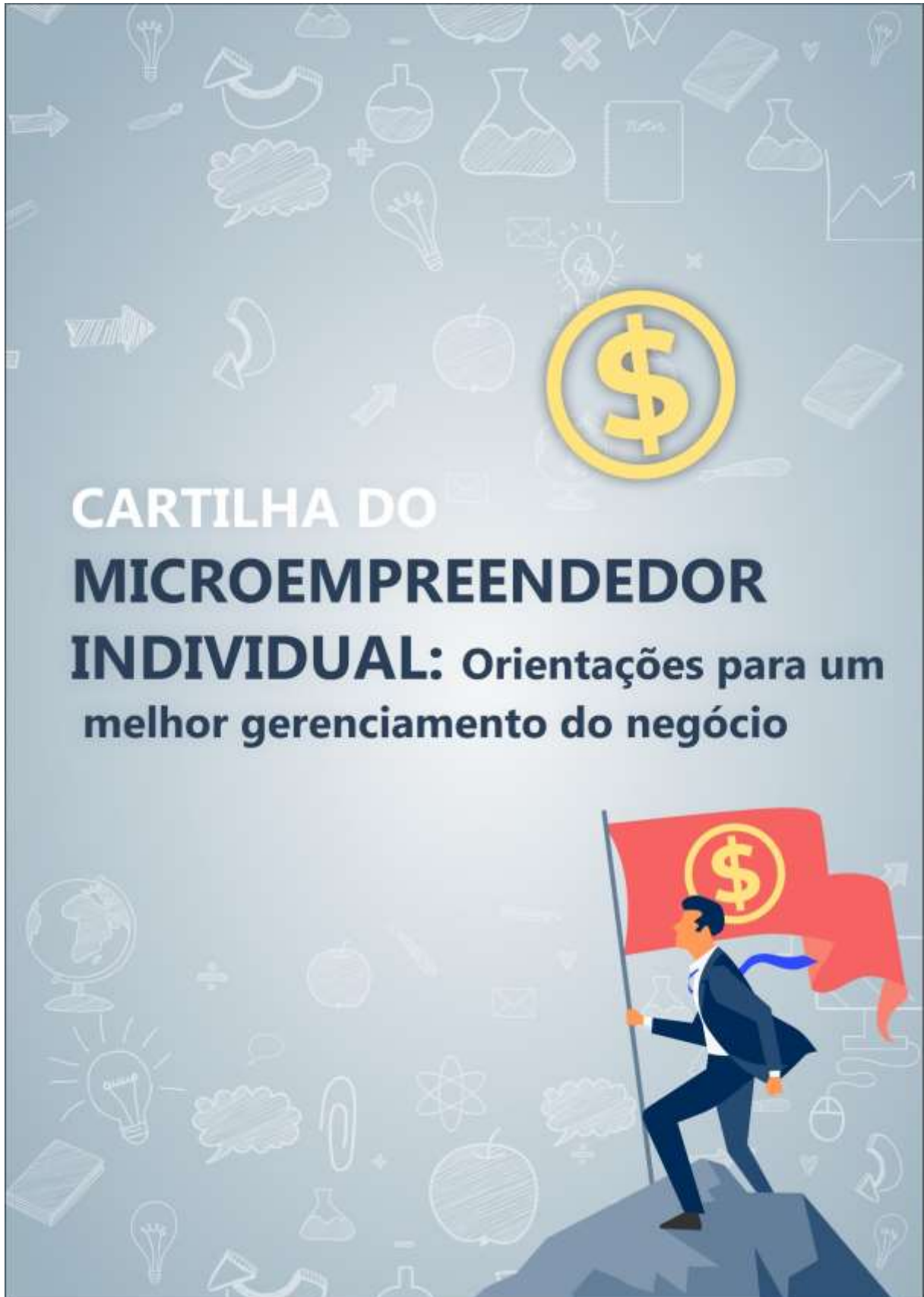
- ( ) CDL  
 ( ) Contador  
 ( ) Prefeitura Municipal  
 ( ) SEBRAE  
 ( ) SENAC  
 ( ) SENAI  
 ( ) Outra. Indique: \_\_\_\_\_

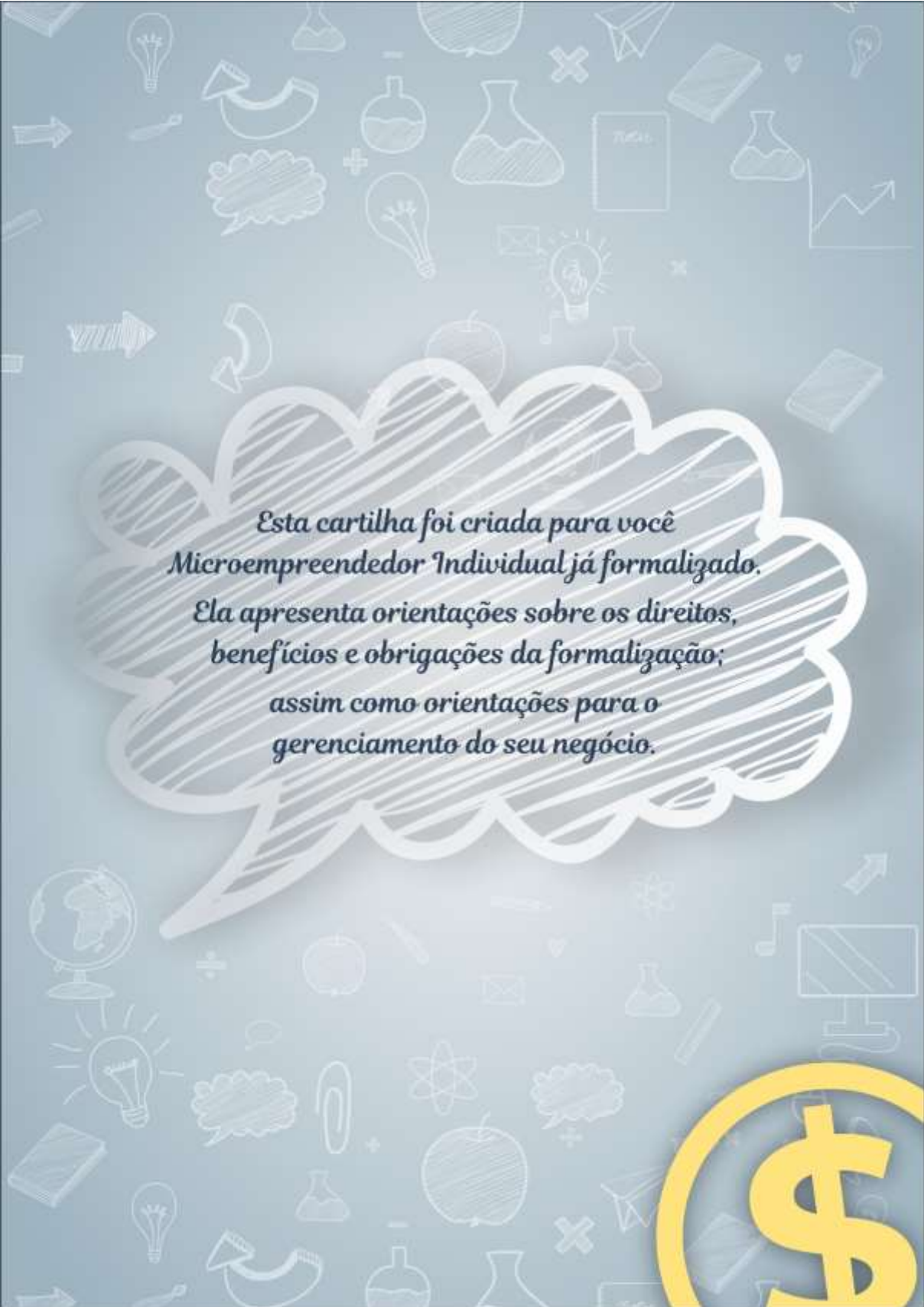
**16. Você já esteve em alguma delas? Se sim, assinale quais. PODE MARCAR MAIS DE UMA OPÇÃO.**

- ( ) CDL  
 ( ) Contador  
 ( ) Prefeitura Municipal  
 ( ) SEBRAE  
 ( ) SENAC  
 ( ) SENAI  
 ( ) Outra. Indique: \_\_\_\_\_

|   |
|---|
| <p><b>17. Caso tenha se dirigido a uma destas instituições, qual foi o seu principal objetivo?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Fui em busca de informações gerais</p> <p><input type="checkbox"/> Precisei de orientações técnicas sobre meu negócio</p> <p><input type="checkbox"/> Fui participar de cursos de capacitação</p> <p><input type="checkbox"/> Precisei de consultoria para meu negócio</p> <p><input type="checkbox"/> Precisei de assessoria para organizar meu negócio</p>   |
| <p><b>18. Caso ainda não tenha se dirigido a estas empresas, por qual motivo não o fez, se elas são de apoio ao MEI?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Não tenho interesse</p> <p><input type="checkbox"/> Preciso, mas não tive tempo</p> <p><input type="checkbox"/> Não precisei do apoio delas</p> <p><input type="checkbox"/> Não conheço o que fazem</p> <p><input type="checkbox"/> Outros motivos. Indique: _____</p>   |
| <p><b>19. Quando buscou o apoio destas instituições, você saiu satisfeito com o atendimento?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Muito insatisfeito</p> <p><input type="checkbox"/> Insatisfeito</p> <p><input type="checkbox"/> Pouco satisfeito</p> <p><input type="checkbox"/> Satisfeito</p> <p><input type="checkbox"/> Muito satisfeito</p> <p><input type="checkbox"/> Nunca busquei apoio nestas instituições</p>   |
| <p><b>20. Na sua opinião, quais capacitações estas instituições deveriam fornecer? MARQUE DUAS OPÇÕES QUE MELHOR SE ENQUADRA.</b></p> <p><input type="checkbox"/> Planejamento para abertura de um negócio</p> <p><input type="checkbox"/> Gestão de estoque e compras</p> <p><input type="checkbox"/> Formação de preços</p> <p><input type="checkbox"/> Gestão financeira</p> <p><input type="checkbox"/> Atendimento ao cliente e aumento das vendas</p> <p><input type="checkbox"/> Estratégias de marketing</p> <p><input type="checkbox"/> Uso da internet – redes sociais para vendas</p> <p><input type="checkbox"/> Outras. Indique: _____</p> |
| <p><b>21. Quais dias da semana seriam melhor para você participar de cursos/capacitações, caso sejam disponibilizados por estas entidades? MARQUE DUAS OPÇÕES.</b></p> <p><input type="checkbox"/> Segunda-feira</p> <p><input type="checkbox"/> Terça-feira</p> <p><input type="checkbox"/> Quarta-feira</p> <p><input type="checkbox"/> Quinta-feira</p> <p><input type="checkbox"/> Sexta-feira</p> <p><input type="checkbox"/> Sábado</p> <p><input type="checkbox"/> Domingo</p>   |
| <p><b>22. Se uma destas instituições disponibilizasse algum curso/capacitação de seu interesse, qual seria o horário mais conveniente para você participar?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Manhã</p> <p><input type="checkbox"/> Tarde</p> <p><input type="checkbox"/> Noite</p> <p><input type="checkbox"/> Qualquer horário</p> <p><input type="checkbox"/> Não tenho tempo para participar</p>  |

APÊNDICE B – Cartilha do Microempreendedor Individual: Orientações para um melhor gerenciamento do negócio





*Esta cartilha foi criada para você  
Microempreendedor Individual já formalizado.  
Ela apresenta orientações sobre os direitos,  
benefícios e obrigações da formalização;  
assim como orientações para o  
gerenciamento do seu negócio.*

*Lembre-se que  
não basta se formalizar,  
é importante conhecer os direitos,  
os benefícios e as obrigações!*

## **DIREITOS E BENEFÍCIOS QUE VOCÊ TEM**

- Direitos previdenciários (aposentadoria por idade e por invalidez, auxílio doença, auxílio maternidade, pensão por morte)
- Emissão de nota fiscal
- Tributação reduzida e fixa
- Não é obrigatório possuir contador
- Pode contratar até um funcionário
- Tem preferência em licitações públicas
- Pode utilizar a própria residência como estabelecimento
- Tem acesso à linha de crédito específica

## **OBRIGAÇÕES**

- Providenciar o alvará definitivo na prefeitura no prazo máximo de 180 dias
- Pagar o Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS) todo mês
- Fazer a declaração do faturamento uma vez por ano
- Emitir nota fiscal nas vendas para outras empresas
- Cumprir com as obrigações trabalhistas, caso haja um funcionário

## SAIBA COMO SANAR AS DIFICULDADES MAIS COMUNS ENTRE OS MEI'S DE SÃO MATEUS

### BUROCRACIA

Para diminuir a burocracia o governo criou a Lei da Liberdade Econômica e por isso não serão mais exigidos alvará e licenças de empresas que exerçam atividade de baixo risco. Assim procure a Prefeitura Municipal para ver se você se enquadra neste grupo.

### PLANEJAMENTO PARA ABERTURA DO NEGÓCIO

O Plano de Negócios é uma ferramenta que auxilia o MEI a traçar os objetivos e o caminho a ser percorrido para serem alcançados. O objetivo deste plano é identificar a viabilidade da ideia, fazendo um retrato do mercado, do produto, dos clientes, dos concorrentes, dos fornecedores e dos pontos fortes e fracos do negócio. Saiba onde encontrar este tipo de apoio: SEBRAE e SENAC.

### GESTÃO FINANCEIRA

É importante identificar as receitas e despesas, projetando todas as entradas e pagamentos a serem realizados a curto e longo prazo e tendo controle das contas a receber, o que ajudará a diminuir a inadimplência e a ter dinheiro no caixa para pagamento dos fornecedores. Estes controles podem ser feitos de forma simples, em um caderno ou com auxílio de programas (software).

Saiba onde encontrar este tipo de apoio: SEBRAE e SENAC.

### MARKETING, CONCORRÊNCIA E CLIENTES

Existe uma correlação entre o marketing, a concorrência e os clientes: quando estabelecidas estratégias de marketing, considera-se o que pode agregar valor ao produto, sendo necessário traçar o perfil dos clientes para atender suas necessidades e conseguir fidelidade, que por consequência, os clientes não procurarão a concorrência já que suas necessidades são atendidas por esta empresa.

Também é importante analisar sobre o que pode ser oferecido ao cliente e sobre o preço que ele está disposto a pagar, sempre considerando o preço da concorrência. Analisar também o ponto de venda, a localização, e a estrutura; a comunicação com o cliente a respeito de ofertas, como as redes sociais, por exemplo; bem como as estratégias de vendas: ponto de venda, sacolas ou por telefone. Saiba onde encontrar este tipo de apoio: SEBRAE e SENAC.

### COMPRAS DE FORNECEDORES

Para que não haja dependência de apenas um fornecedor e o risco de não ocorrer a entrega do produto, é importante criar um cadastro de fornecedores por produto, devendo-se analisar diversos fatores para escolha destes fornecedores, como, distância, referências, custo do frete, qualidade, capacidade de fornecimento, preço, prazo, e forma de pagamento e entrega. Saiba onde encontrar este tipo de apoio: SEBRAE e SENAC.

### ACESSO AO CRÉDITO

O governo criou o Programa Nacional do Microcrédito Produtivo Orientado que disponibiliza recursos para o microcrédito, concedendo empréstimos a microempreendedores, sendo uma opção mais simples e acessível, com menos burocracia e menores taxas de juros. Saiba onde encontrar este tipo de apoio: Caixa Econômica Federal, Banco do Brasil, Banestes, Bandes (Agências do Nossocredito) e Banco do Nordeste.

## QUEM EU POSSO PROCURAR PARA ME AUXILIAR NO GERENCIAMENTO DO NEGÓCIO?

### Atualmente você pode procurar as seguintes instituições para APOIO GERENCIAL:

**SEBRAE:** oferta consultorias e cursos, presenciais e online, em todas as áreas de gestão com opções gratuitas e não gratuitas que possuem subsídio de até 80% do custo do serviço; e a programação de dia e horário varia, podendo ocorrer em qualquer turno e em qualquer dia da semana; aos MEI's que não possuem tempo para visitar esta instituição, ainda podem se capacitar por meio dos cursos online disponíveis no site do SEBRAE. Até este momento não há programação de capacitações presenciais disponíveis para o SEBRAE de São Mateus.

**SENAC:** também oferta cursos na área de administração e negócios e possui programação disponível para os meses de outubro, novembro e dezembro de 2019, com os seguintes cursos: "Como abrir o seu E-Commerce – Estratégias e modelos de negócios" e "Contabilidade para não contadores". Os cursos não são gratuitos, mas há a possibilidade de desconto nos valores; podendo se matricular diretamente na unidade de São Mateus ou pelo site da instituição.

### Mas você também pode procurar as seguintes instituições para apoio nas demais questões a respeito do seu negócio:

**Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL):** situada na rua Rômulo Martins, Nº 417, bairro Boa Vista, a Câmara de Dirigentes Lojistas de São Mateus oferece aos associados inúmeros serviços, dentre eles, o de proteção ao crédito, certificado digital, serviços advocatícios e benefícios como descontos em faculdades e planos de saúde. A instituição também possui salas para atendimento ao público e auditório.

**Contador:** o MEI não precisa contratar um contador, mas ele pode recorrer ou necessitar de seus serviços em questões como contratação de funcionário, por exemplo. O MEI também tem acesso a atendimento gratuito de assessoria contábil para a formalização e para a primeira Declaração Anual Simplificada da Microempresa Individual (DASN-SIMEI). Bastando consultar no site da Federação Nacional das Empresas de Serviços Contábeis e das Empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas (FENACON), para encontrar os escritórios de contabilidade do município que são optantes pelo Simples Nacional e que prestam este tipo de atendimento ao Microempreendedor Individual. Porém, este serviço de consulta encontra-se temporariamente suspenso.

**Prefeitura Municipal:** a Prefeitura Municipal de São Mateus garante aos pequenos negócios, por meio de lei, a abertura e baixa de inscrições; preferência nas licitações; inovação tecnológica e educação empreendedora; associativismo e regras de inclusão; incentivo à geração de emprego e renda; incentivo à formalização de empreendimentos; simplificação na emissão de alvará e licenças e outros.

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, A. F.; ESCRIVÃO FILHO, E.; TERENCE, A. C. F. Aspectos funcionais associados à mortalidade da Pequena empresa: fatores relevantes de operações, Finanças e marketing no varejo de vestuário. EGEPE – Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. 9., 2016, Passo Fundo/RS. Anais... Passo Fundo, 2016, p. 1-16.

BRASIL, Lei nº 13.874, de 20 de setembro de 2019. Institui a Declaração de Direitos de Liberdade Econômica. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2019/lei/L13874.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/L13874.htm)>. Acesso em: 01 nov. 2019.

BRASIL. Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/lcp123.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm)>. Acesso em: 25 set. 2017.


PORTAL DO EMPREENDEDOR. Portal do Empreendedor MEI. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br>>. Acesso em 27 set. 2017.

SEBRAE. Microcrédito para pequenos negócios: tire as suas dúvidas. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/microcredito-para-pequenos-negocios-tire-as-suas-duvidas,f6bace4ac7e6d610VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em 15 nov. 2019.

SEBRAE. Pesquisa de fornecedores. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/pesquisa-de-fornecedores,ea7836627a963410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em 01 nov. 2019.

SEBRAE. Tudo o que você precisa saber para criar o seu plano de negócio. Disponível em <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em 01 nov. 2019.





**Cartilha elaborada a partir de pesquisa por:**

**Vivian Hannah Mota de Andrade**

**Bacharela em Administração – Faculdade Vale do Cricaré**

**Mestranda em Ciência, Tecnologia e Educação – Faculdade Vale do Cricaré**