

AVALIAÇÃO DA ATITUDE EMPREENDEDORA DE MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS E DO SERVIÇO PRESTADO POR ESSA MODALIDADE DE NEGÓCIO

Helimara Amaral Sousa¹
Isailton Santos Reis²
Vivian Manuela Conceição³
Camila de Sousa Pereira-Guizzo⁴

Data de recebimento: 11/08/2020

Data de aceite: 08/12/2020

Resumo

O objetivo deste estudo foi avaliar as atitudes empreendedoras de microempreendedores individuais (MEI) e o serviço prestado por essa modalidade de negócio. Participaram 202 MEIs e 12 gestores de empresas do setor industrial, localizados no estado da Bahia. Os instrumentos utilizados foram: Questionário de Caracterização dos MEIs; Instrumento de Medida de Atitude Empreendedora (IMAE); e Questionário de Expectativa e Avaliação da Contratação de MEI. Os principais resultados mostram que a maioria dos MEIs relatou ter se formalizado nos últimos três anos, a partir da descoberta de uma oportunidade de negócio e possuir renda de até quatro salários. Quanto ao IMAE, o fator Prospecção e Inovação apresentou maior frequência de itens críticos; o fator Gestão e Persistência obteve maior frequência de itens favoráveis para as atitudes empreendedoras. Quanto ao setor industrial, identificou-se alta expectativa pela contratação de MEIs, porém sinalizando a necessidade de melhoria no trabalho prestado pelos profissionais dessas empresas.

Palavras-chave: Microempreendedor individual. Atitude empreendedora. Empreendedorismo.

ENTREPRENEURSHIP ATTITUDE OF INDIVIDUAL MICRO ENTREPRENEUR AND THE SERVICE PROVIDED BY THIS BUSINESS

¹ Mestrado em Gestão e Tecnologia Industrial pelo Centro Universitário SENAI CIMATEC. Administradora pela UESC, com Especialização em Gestão e Recursos Humanos pela FTC. Atualmente é Analista de Recursos Humanos. E-mail: helimaraa@gmail.com

² Mestrado em Gestão Empresarial, com estudo em comportamentos empreendedores na gestão de pequenas empresas pela UTAD-Portugal. Atua como professor na área de empreendedorismo e gestão de pequenas empresas. Atualmente é gerente Regional da Unidade SEBRAE de Feira de Santana. E-mail: isailton.reis@ba.sebrae.com.br

³ Doutoranda e Mestre em Modelagem Computacional pelo Centro Universitário SENAI CIMATEC. Tecnóloga em Logística pelo Centro Universitário SENAI CIMATEC. Atualmente é Professora Assistente do Centro Universitário SENAI CIMATEC e Coordenadora de Engenharia de Produção na mesma instituição. E-mail: vivian.manuela@fieb.org.br

⁴ Doutorado em Educação Especial pela UFSCar. Psicóloga, com Especialização em Gestão Organizacional e Recursos Humanos pelo Departamento de Engenharia de Produção da UFSCar. Atualmente é Professora Adjunta do Centro Universitário SENAI CIMATEC e Docente Permanente dos Programas de Pós-Graduação Stricto Sensu da instituição. E-mail: camilarsp@hotmail.com

Abstract

The objective of this study was to evaluate the entrepreneurship attitudes of individual micro entrepreneur (MEI) and the service provided by this business. 202 MEIs and 12 managers of companies in the industrial sector, located in the state of Bahia participated. The instruments used were: MEI Characterization Questionnaire; Entrepreneurship Attitude Measurement Instrument (IMAE); and MEI Contracting Expectation and Evaluation Questionnaire. The main results show that most reported having formalized in the last three years, from the discovery of a business opportunity and having income of up to four salaries. Regarding the IMAE, the Prospecting and Innovation factor presented higher frequency of critical items. The Management and Persistence factor obtained a higher frequency of favorable items for entrepreneurship attitudes. As for the industrial sector, high expectations were identified for the hiring of MEIs, but signaling the need for improvement in the work provided by the professionals of these companies.

Keywords: Individual micro entrepreneur. Entrepreneurship attitude. Entrepreneurship.

Introdução

O microempreendedor individual (MEI) é um tema atual e a legislação que o regulamenta no Brasil é recente (BRASIL, 2008). O MEI surgiu por meio de uma proposta do governo para incentivar o empreendedorismo. Um estímulo para formalização das pessoas que trabalham por conta própria em micro e pequenos negócios, como também na prestação de serviços de forma individualizada. Esses empreendedores possuem a opção de se formalizarem nas mais variadas áreas de maneira a se enquadrarem na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) mais adequada ao seu negócio (BRASIL, 2008; PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2009). Portanto, o MEI é uma modalidade de negócio que contempla profissionais que se formalizaram em suas atividades econômicas, podendo prestar serviços numa relação formal com seus clientes.

Dados até junho de 2018 revelam que todo o território nacional possui 7.047.538 MEIs cadastrados (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2018). Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (2018, p. 30), “os microempreendedores individuais são a subclasse dos pequenos negócios em mais franca expansão. (...) O Nordeste concentra o segundo maior grupo de MEI, com 18,3% do total”. De acordo com os dados de junho de 2018 do Portal do Empreendedor (2018), o município de Salvador possui 124.944 MEIs cadastrados e o município de Feira de Santana possui 22.626, onde somados são 147.570 MEIs, sendo que o estado da Bahia possui cerca de 389.722 MEIs. Contudo, percebem-se na prática muitas dificuldades em relação à prestação do serviço por parte desses negócios, variando desde a formalização até a capacidade de sobrevivência no mercado de trabalho (SEBRAE, 2017).

A relevância social deste trabalho está em contribuir com órgãos governamentais, com empresas contratantes, com os MEIs e com o desenvolvimento econômico dessas regiões, buscando indicar caminhos onde o apoio ao empreendedor seja mais crítico para o seu crescimento. O setor industrial, por exemplo, surge como um contratante capaz de ampliar o campo de distribuição dos produtos/serviços oferecidos pelos MEIs. De acordo com o CNI (2014, 2018), a indústria tem sofrido com custos elevados, com a falta de profissionais qualificados em certas áreas ou atividades e com a competição por produtos importados, fazendo com que cada vez mais certos serviços sejam terceirizados, o que influencia a organização da cadeia produtiva (BUENO et al., 2015). Entidades que apoiam essa modalidade de negócios também podem se beneficiar com os resultados desta investigação disponibilizando produtos e serviços adequados às necessidades de competitividade empresarial.

Pesquisas ainda sugerem a relevância científica desta investigação, considerando a necessidade de produzir mais conhecimentos sobre os MEIs (BEHLING et al., 2015; PORTUGAL et al., 2017; SOARES et al., 2019) e de verificar as atitudes empreendedoras das pessoas que estão empreendendo na atualidade (LOPES JUNIOR; SOUZA, 2005, 2006; PEDROSA; SOUZA, 2009; SOUZA et al., 2013) a fim de contribuir para o desenvolvimento profissional e, conseqüentemente, para a melhoria da gestão desses negócios. Além disso, percebe-se a escassez de estudos com MEIs em duas importantes cidades (Salvador e Feira de

Santana) para a economia do estado da Bahia. Assim, o objetivo geral desta pesquisa foi avaliar as atitudes empreendedoras de MEIs e o serviço prestado por essa modalidade de negócio.

Este trabalho está organizado em tópicos. No primeiro tópico, são apresentadas informações sobre o contexto do estudo, problema, objetivos e importância da pesquisa. A seguir, encontra-se a revisão de literatura sobre microempreendedor individual e atitude empreendedora. Nos tópicos subsequentes estão descritos o método, resultados, discussão e conclusão do estudo.

Microempreendedor Individual (MEI)

O MEI é considerado um microempresário que atende a normas de ter faturamento limitado a R\$ 81.000,00 por ano, não participar como sócio, administrador ou titular de outra empresa, contratar no máximo um empregado e exercer uma das atividades econômicas previstas na lei que o regulamenta (BRASIL, 2016). O MEI é um programa do governo criado por meio da Lei Complementar 128/2008 e entrou em vigor a partir de 1º de julho de 2009. Essa lei está no contexto do tratamento diferenciado a ser dado aos pequenos negócios preconizados pelo artigo 179 da Constituição Federal de 1988 (SEBRAE, 2018).

Ao longo do tempo, muitas ações foram tomadas para beneficiar os empreendedores. A criação do Simples Nacional (recolhimento unificado dos tributos) é uma ação que visa desburocratizar, desonerar e promover um tratamento diferenciado às empresas de pequeno porte (BRASIL, 2006). O Ministério do Trabalho e Emprego também criou alguns programas de fomento ao empreendedorismo para que o empreendedor possa melhorar seu negócio. Esses programas visam liberar fundos, como o FAT (Fundo de Amparo ao Trabalhador), que tem como objetivo prover assistência financeira ao trabalhador desempregado e disponibilizar microcrédito destinado a empreendedores, como os MEIs, que precisam de valores pequenos a fim de ampliar ou aprimorar o seu empreendimento (BRASIL, 2017). O Quadro 1 contempla uma síntese das três principais leis que retratam o MEI.

Quadro 1: Síntese das leis que beneficiam o MEI

	Lei 123 de 2006	Lei 128 de 2008	Lei 155 de 2016
Favorecidos	Institui a Lei Geral da Microempresa (ME), favorece o Microempresário ME e empresa de Pequeno Porte (EPP) e Cria o Simples Nacional.	Cria o Microempreendedor Individual (MEI).	Revisa as tabelas para alíquotas do Simples e amplia o teto de faturamento (MEI) (ME) e (EPP).
Faturamento	R\$ 360 Mil/ano (ME) e R\$ 3,6 Mi/ano (EPP).	R\$ 60 Mil/ano (MEI).	Limites de faturamento R\$ 81 Mil/ano (MEI) R\$ 900 Mil/ano (ME) R\$ 4,8 Mi/ano (EPP).
Objetivo	Gerar empregos, estimular a formalização, promover a inovação tecnológica, ampliar a competitividade, promover a distribuição de renda, realizar inclusão social, desoneração da carga tributária, eliminar burocracia.		Reorganizar e simplificar a metodologia de apuração do imposto devido por optantes do Simples Nacional.
Benefícios	Obtenção de alvará, facilidades para abertura de empresa, abertura de conta bancária e linhas de créditos, registro CNPJ, redução da contribuição previdenciária.	Além dos benefícios da Lei 123, benefício previdenciário, contratar apenas um empregado com salário limitado ao mínimo vigente, vender seu produto ou serviço para pessoas físicas, empresas e governo, com emissão de notas fiscais (para pessoa física, o MEI fica desobrigado desta emissão).	Além dos benefícios da lei 128, favorecer o crescimento do MEI
A quem se destina	A sociedade empresária, a sociedade simples e o empresário devidamente registrado no Registro de Empresas Mercantis ou no Registro Civil de Pessoas Jurídicas.	Pessoas que trabalham por conta própria, como autônomas.	MEI, EPP e ME.
Obrigações	Um único pagamento calculado pela aplicação de um percentual sobre a receita bruta da sua atividade. O percentual é determinado a partir de tabelas previstas nos anexos da Lei Complementar nº 123/06 e varia conforme o tipo de receita, a atividade e o porte da empresa.	Taxa mensal, 5% do salário mínimo para o INSS do segurado empresário, mais R\$ 1 Imposto para Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) e/ou R\$ 5 (cinco reais) de Imposto sobre Serviços (ISS) - caso esteja sujeito. Isenção – MEI sem empregados não pagará: IRPJ, CSLL, IPI, INSS Patronal (CPP), PIS e COFINS. Não pode participar em outra empresa como sócio ou titular.	Não mudou as obrigações para o MEI, valor a pagar varia de acordo com o salário mínimo vigente.

Fonte: Informações extraídas de Brasil (2006, 2008, 2016).

Ao se formalizar e possuir CNPJ, o MEI pode participar de relações negociais com outras empresas, mas ainda assim sua participação é muito tímida: 54% nunca realizaram negócios com outras empresas, seja com a venda de produtos ou prestação de serviços (SEBRAE, 2016a). Com relação a adimplência no país, considerado o período de 24 meses sem pagamento do DAS (Documento de Arrecadação Simplificada), 54,4% são adimplentes e 45,6% são inadimplentes (SEBRAE, 2016a).

Pesquisa realizada pelo SEBRAE (2017), em âmbito nacional, apresentou o seguinte perfil para os MEIs: a maior parte é do sexo masculino (54%), com renda média mensal até quatro salários, ensino médio completo e idade de 30 a 39 anos. As principais motivações para o empreendedor se formalizar como MEI foram: possuir uma empresa formal (26%), ter o benefício do INSS (26%) e possibilidade de emitir nota fiscal (12%). Esses estudos de caracterização do perfil dos MEIs são investigações importantes por gerar conhecimento sobre os reflexos dessa modalidade de negócios para a economia local/regional/nacional e contribuir para o fortalecimento de políticas públicas.

Nessa perspectiva, Behling et al. (2015) identificaram o perfil do MEI em Santa Catarina, verificando que 53,9% são do sexo masculino, 87,5% com faixa etária entre 21 e 60 anos. O ramo de atuação difere entre masculino e feminino. Para os homens foram encontradas atividades voltadas à construção civil, obras de alvenaria, pintura, manutenção elétrica e hidráulica e manutenção de veículos. Para as mulheres, as atividades mais encontradas foram tratamentos de beleza, confecção e comércio de alimentos em mercearias ou prontos para consumo. A pesquisa também identificou que 12% das empresas catarinenses migraram para MEI como uma saída menos onerosa de manterem-se legalizadas.

Portugal et al. (2017) realizaram um estudo com MEIs na cidade de Varginha, Minas Gerais, com o objetivo de compreender os seus padrões de gerenciamento sustentável. Da amostra pesquisada, a maior parte era do sexo masculino (50,1%) e possuía de 4 a 5 anos de existência como MEI. A faixa etária variou entre 26 a 35 anos, com ensino médio completo. A principal atividade deles foi o comércio, seguido de indústria. A pesquisa destacou que os MEIs mais jovens, como também com escolaridade mais altas, tendem a possuir compromissos maiores com ações e percepções sobre sustentabilidade. Os aspectos que se destacaram em suas percepções foram ações voltadas à preservação ambiental que podem melhorar condições de vida e o bem estar das pessoas proporcionando vantagens para a empresa frente à concorrência para o futuro.

Em outro estudo, Araújo e Castro (2017) investigaram a relação existente entre as competências empreendedoras e os MEIs do município de Barbacena em Minas Gerais. A pesquisa identificou que na amostra investigada a maioria das pessoas é do sexo feminino, com faixa etária de 25 a 29 anos e com ensino médio completo. O tempo de formalização foi de até dois anos. O principal motivo foi oportunidade de realizar o sonho de ter o próprio negócio, como também abrir empresa pelos benefícios previdenciários que são oferecidos com preços mais baixos. A persistência foi o principal destaque das competências, por conta da necessidade de lidar com imprevisibilidade, tolerância ao risco, instabilidade financeira. As competências menos presentes foram: correr riscos, planejamento e monitoramento sistemático. O estudo mostrou que ainda é necessário um apoio maior aos MEIs por parte do governo, do SEBRAE e de redes bancárias; e ampliação de ações, como capacitação para controlar e planejar as atividades de suas empresas, para desenvolver a confiança em correr riscos e aumentar as chances de obter melhores indicadores de desempenho organizacional.

Soares et al. (2019) também analisaram as características essenciais do MEI de Boa Vista (RR) entrevistando analistas do SEBRAE, MEIs e contadores. De modo geral, as características essenciais para o MEI elencadas foram: assunção de riscos calculados, planejamento, detecção de oportunidades, persistência, sociabilidade, inovação, determinação, audácia e busca por informações relativas ao MEI. Os autores ainda analisaram que muitos MEIs possuem dificuldades para desenvolver algumas dessas características pelo fato da maioria buscar rapidez na criação da empresa, prejudicando etapas importantes do planejamento e da assunção de riscos calculados. O medo da empresa crescer e exigir o pagamento de mais impostos por não se enquadrar mais na modalidade MEI também foi outra barreira encontrada.

A gestão de uma empresa no país não tem sido uma tarefa fácil para nenhum gestor devido às altas taxas de impostos, incerteza econômica, concorrência e recursos. Para gerir o negócio, além das ferramentas de gestão, apoio da legislação, do governo, do SEBRAE e da indústria, o MEI necessita de habilidades e conhecimentos diversos sobre sua empresa para administrá-la no dia a dia e para acompanhar as tendências do mercado. Deve estar preparado para gerir conflitos, aprender a liderar, ter autonomia e pensar no futuro. E, para tudo isso, precisa de atitude empreendedora.

Atitude empreendedora

A atitude possui diferentes definições e pode ser considerada em relação a diferentes contextos (NEIVA; MAURO, 2011). De modo geral, “é possível dizer que o termo atitude está relacionado a avaliações favoráveis ou não, positivas ou não, feitas de diversas formas pelas pessoas em relação às outras, aos objetos e aos fatos” (LOPES JUNIOR; SOUZA, 2005, p. 232). Segundo Pimentel, Torres e Günther (2011), o estudo das atitudes (e suas subáreas) é antigo, porém continua vital e indispensável na atualidade.

A Teoria do Comportamento Planejado (AJZEN, 1991), que fundamenta o conceito de atitude empreendedora aqui estudado (LOPES JUNIOR; SOUZA, 2005), compreende que a intenção para executar comportamentos de diferentes tipos pode ser prevista a partir de atitudes em relação ao comportamento, associada às normas subjetivas e percepção de controle comportamental. A força da intenção é maior à medida que as normas subjetivas e o controle comportamental percebido são favoráveis ao comportamento considerado, o que torna o indivíduo mais inclinado a realizá-lo (AJZEN, 1991). Ajzen (2001) também pondera que o contexto situacional pode explicar certas inconsistências entre atitudes e comportamentos.

Aplicado ao empreendedorismo, o conceito atitude empreendedora é definido por Lopez Junior e Souza (2005, p. 4) como “a predisposição apreendida para se comportar, ou não, de maneira empreendedora”. Por meio da avaliação da atitude empreendedora das pessoas é possível explicar comportamentos empreendedores, como: decisão de montar negócio, busca pela inovação e em agregar valor aos empreendimentos (SOUZA et al., 2013). Decisões estas cada vez mais desafiadoras, uma vez que os negócios mudam constante e continuamente e novos comportamentos empreendedores são necessários para manter-se atualizado e competitivo no mercado (LOPES JUNIOR; SOUZA, 2005).

Lopes Junior e Souza (2005) realizaram um estudo com o objetivo de construir um instrumento para a avaliação da atitude empreendedora. O instrumento foi validado e intitulado Instrumento de Medida da Atitude Empreendedora (IMAE) com 36 itens, avaliando na versão final dois fatores: Prospecção e Inovação, e Gestão e Persistência. A pesquisa foi realizada com proprietários-gerentes de pequenas empresas de varejo e identificou que para a amostra de validação houve tendência mais forte para as atitudes empreendedoras de Gestão e Persistência. Os autores justificam o resultado pela composição da amostra, composta por pequenos empresários de varejo e serviços, mecânicos e profissionais de beleza, que na busca pela lucratividade e manutenção do seu negócio respondem à falta de recursos com persistência e determinação. Os resultados do fator Prospecção e Inovação foram justificados pelas características dos empresários, que utilizam a inovação e atividade de planejamento como segundo plano, já que estão diretamente envolvidos na execução do negócio.

Pedrosa e Souza (2009) identificaram atitudes empreendedoras em gerentes de pequenos e grandes hotéis do setor hoteleiro do Distrito Federal. Os autores concluíram que tanto os gerentes de pequenos quanto de grandes hotéis possuem alta atitude empreendedora, apresentando na sequência mais Realização que Inovação, Planejamento e Poder. Contudo, “os gerentes dos pequenos hotéis planejam, inovam e fazem mais sacrifícios pessoais do que gerentes dos grandes hotéis que, em contrapartida, aceitam mais desafios do que os pequenos” (PEDROSA; SOUZA, 2009, p. 371-372). Os autores recomendam o desenvolvimento das atitudes empreendedoras de gerentes de pequenos e grandes hotéis por meio de programas de formação que propiciem aprimoramento de competências como planejamento, resolução de problemas, inovação e busca de oportunidades. Além disso, os autores sugerem a promoção de ambientes favoráveis para que essas atitudes sejam colocadas em práticas.

Nesse sentido, Reis (2015) analisa a importância da educação empreendedora voltada à capacitação e às práticas de comportamento empreendedor. O autor avaliou o impacto do Empretec, programa de capacitação empreendedora criado pela ONU e desenvolvido no Brasil pelo SEBRAE com o objetivo de desenvolver características empreendedoras. Os resultados mostraram que a capacitação em comportamentos empreendedores praticados no Empretec influencia positivamente nas práticas de gestão de pequenas empresas.

Bernardo e Araújo (2016) defendem que o desenvolvimento de habilidades empreendedoras deve ser oferecido pelas instituições de ensino superior durante a graduação de seus universitários para que possam contribuir para o progresso econômico e social do país. Mesmo que os universitários não optem pela carreira empreendedora, os autores ponderam que o desenvolvimento de habilidades empreendedoras os tornarão profissionais mais bem preparados em qualquer área de atuação ou regime de trabalho.

Portanto, percebe-se a importância do tema atitude empreendedora aplicado aos MEIs e a necessidade de mais investigações nessa área, já que os resultados encontrados ainda são incipientes e dispersos. Considerando que a regularização desses profissionais é recente, estudos voltados para essa população são necessários, também, para subsidiar ações de capacitação que, por sua vez, podem impactar na gestão desses negócios.

Método

Para a realização deste estudo foi realizada uma pesquisa exploratória a fim de obter maior familiaridade com o problema. Nessa perspectiva, optou-se ainda pelo método quali-quantitativo (CRESWELL, 2013).

Participantes

A pesquisa contou com 202 MEIs, localizados no estado da Bahia, que atuam em variadas atividades de negócios. Dessa amostra, 61,9% são do sexo feminino e 38,1% do sexo masculino. A pesquisa contou também com 12 gestores de empresas do setor industrial de variados ramos de atuação dentro do estado da Bahia. Quanto à função desses respondentes, todos tinham cargo de gestão de empresas que atuavam nos seguintes segmentos: confecção, alimentos, plásticos, tecnologia, química, mineração e metalurgia.

Instrumentos

Questionário de Caracterização dos MEIs. Instrumento que tem o objetivo de identificar o perfil da amostra nas seguintes variáveis: idade, sexo, escolaridade, motivo que levou a optar pelo MEI, tempo que atua como MEI, atividade e renda mensal.

Instrumento de Medida de Atitude Empreendedora (IMAE). Instrumento desenvolvido por Lopes Junior e Souza (2005) para medir a variável atitude empreendedora. Adicionalmente, Lopes Junior e Souza (2006) mostraram que o IMAE possui bons índices de consistência interna dos itens e de análise fatorial. O IMAE é composto por 36 itens que avaliam atitudes empreendedoras em dois fatores: fator 1 “Prospecção e Inovação” - possui 20 itens, que avaliam busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento, criatividade e inovação; fator 2 “Gestão e Persistência” - possui 16 itens que avaliam, por exemplo, iniciativa, persistência, persuasão, liderança, comprometimento, estabelecimento de redes, aceitação de risco e independência (LOPES JUNIOR; SOUZA, 2005, 2006). O respondente avalia numa escala Likert de um a cinco, onde 1 representa “nunca”, 2 “raramente”, 3 “às vezes”, 4 “frequentemente” e 5 “com muita frequência” possui essa atitude (LOPES JUNIOR; SOUZA, 2005, 2006; SOUZA et al., 2013).

Questionário de Expectativa e Avaliação da Contratação de MEI. Instrumento elaborado para identificar a expectativa de contratação de MEIs e a avaliação do serviço prestado na visão de gestores do setor industrial. O questionário possui três questões relacionadas à caracterização dos respondentes (cargo, responsabilidades exercidas na empresa e o ramo da empresa) e seis questões relacionadas à contratação de MEIs (frequência com que contrata serviços, grau de satisfação ao contratar o serviço, características positivas relacionadas ao trabalho deste profissional, principais reclamações sobre este profissional, habilidades que o MEI precisa aprimorar para melhorar sua qualificação profissional).

Procedimento de coleta e análise dos dados

A pesquisa com os MEIs foi realizada nas cidades de Salvador e Feira de Santana, no estado da Bahia, durante a Semana do Microempreendedor Individual, realizada pelo SEBRAE dessas duas cidades baianas. Os participantes receberam orientação sobre a pesquisa pessoalmente. Aos interessados em participar da pesquisa, foram entregues o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, o Questionário de Caracterização dos MEIs e o IMAE. A pesquisadora aguardava no local o retorno dos questionários preenchidos.

Com a amostra de gestores do setor industrial, o Questionário de Expectativa e Avaliação da Contratação de MEI foi aplicado eletronicamente por meio de um link encaminhado por e-mail, como também por celular, para várias empresas da região metropolitana de Salvador. Ao acessar o link do questionário, já na primeira página, o gestor obteve o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Após consentimento, os questionários foram liberados para preenchimento.

As respostas obtidas com os MEIs foram tabuladas quantitativamente e analisadas por meio de estatística descritiva. As respostas do questionário aplicado com os gestores de empresas industriais foram analisadas conforme tipo de questão: para as questões fechadas foram analisadas as frequências de respostas; para as questões abertas, as respostas foram explicitadas na íntegra.

Resultados e Discussão

Os resultados estão apresentados nos seguintes tópicos: (a) perfil dos MEIs; (b) análise das atitudes empreendedoras dos MEIs; (c) expectativa e avaliação da contratação de MEI.

Perfil dos MEIs desta pesquisa

Para caracterizar o perfil dos MEIs da amostra desta pesquisa foram levantados no questionário alguns dados sociodemográficos, assim como informações relacionadas à formalização como MEI. A Tabela 1 apresenta a caracterização da amostra com 202 participantes formalizados MEI.

Tabela 1: Características dos MEIs desta pesquisa.

Variáveis	Níveis	Participantes	%
Sexo	Feminino	125	61,9
	Masculino	77	38,1
Idade	De 18 a 25	16	7,9
	De 26 a 35	60	29,7
	De 36 a 49	73	36,1
	Acima de 50	53	26,2
Escolaridade	Ensino Fundamental	25	12,4
	Ensino Médio	56	27,7
	Ensino Técnico	18	8,9
	Ensino Superior Incompleto	32	15,8
	Ensino Superior Completo	45	22,3
	Pós Graduação	21	10,4
Tempo atuando como MEI	Mestrado	5	2,5
	De 0 a 1 ano	82	40,6
	De 1 a 3 anos	55	27,2
	De 3 a 6 anos	38	18,8
	De 6 a 10 Anos	27	13,4
Renda mensal	1 e 2 salários	132	65,3
	3 e 4 salários	61	30,2
	5 e 6 salários	4	2,0
	Acima de 6 salários	5	2,5

Fonte: Autores.

Conforme a Tabela 1, a maioria dos MEIs desta pesquisa encontra-se na faixa de escolaridade referente ao ensino superior, mas é possível encontrar um número significativo no ensino médio. Embora a maioria dos MEIs esteja na faixa etária entre 36 e 49 anos, nota-se que houve expressiva quantidade de pessoas entre 26 e 35 anos e ainda acima dos 50 anos. Além disso, a maioria relatou ter se formalizado MEI nos últimos três anos (67,8%) e possuir renda de até quatro salários mínimos (95,5%). A maioria desses resultados vai ao encontro do perfil do MEI identificado em âmbito nacional que também apontou predominância semelhante na faixa etária, bem como em dados que mostraram que os MEIs, em sua maioria, atuam há três anos e possuem renda mensal de até quatro salários (SEBRAE, 2017).

Observa-se que, neste estudo, os MEIs localizados nas cidades de Salvador e Feira de Santana são, em sua maioria, do ensino superior, divergindo da faixa predominante de ensino médio que vinha sendo encontrado até o momento (ARAÚJO; CASTRO, 2017; PORTUGAL et al., 2017; SEBRAE, 2017). Esse resultado sustenta a recomendação de Bernardo e Araújo (2016) de promover a educação empreendedora durante os cursos de ensino superior, independente da opção dos universitários pelo empreendedorismo, a fim de prepará-los mais efetivamente para diferentes possibilidades de atuação profissional, já que o MEI enquanto modalidade de negócio vem crescendo nos últimos tempos.

Interessante que, neste estudo, a maioria da amostra foi do sexo feminino, diferente das pesquisas de Behling et al. (2015), Portugal et al. (2017) e SEBRAE (2017) que encontraram mais MEIs do sexo masculino. Uma explicação para esse resultado é que como a pesquisa ocorreu durante a Semana do Microempreendedor Individual do SEBRAE, pode ser que tenha ocorrido maior participação de mulheres no evento do que de homens. Todavia, destaca-se que as mulheres vêm ganhando espaço nas atividades socioeconômicas (IBGE, 2014; SEBRAE, 2016b) e o empreendedorismo feminino vem crescendo significativamente (GOMES et al., 2017).

Quanto às atividades econômicas identificadas na amostra desta pesquisa, segue a Tabela 2. Como pode ser observado, a maioria dos MEIs desta pesquisa atua com “alimentos e bebidas”, sendo destaque

também a categoria identificada pela amostra como “comércio”. Foram encontrados poucos MEIs atuando na área de tecnologia.

Tabela 2: Categorias das atividades econômicas identificadas pelos MEIS.

Categorias	Frequência
Alimentos e bebidas	44
Confecções	26
Comércio	19
Artesanato	15
Cabelo e beleza	13
Manutenção	12
Comunicação e Marketing	12
Consultoria	8
Saúde e Bem Estar	8
Eventos	7
E-Commerce	6
Construção Civil	3
Tecnologia	2

Fonte: Autores.

Os resultados relacionados aos motivos que levaram os participantes desta pesquisa a se formalizarem como MEI foram: 52% oportunidade, 34% necessidade e 14% outros. Na categoria “Outros”, surgiram diferentes relatos, tais como, prestar um serviço de qualidade, receber benefícios oferecidos pelo governo por meio dos incentivos financeiros e previdenciários, aumentar a renda, realizar um sonho, dentre outros motivos semelhante aqueles apontados em outras pesquisas (SEBRAE, 2017; VIAL; HANOTEAU, 2015).

Fato relevante nesta amostra é encontrar um percentual de 52% de MEIs que apresentaram como motivo para formalização a oportunidade, aspecto importante para a sustentação do negócio. Ainda que as crises econômicas influenciem as atitudes e o comportamento empreendedor (BARTZ; WINKLER, 2016), nota-se que na atualidade o empreendedorismo tem sido um projeto de vida associado à escolha profissional de muitas pessoas, independente da necessidade.

Análise das atitudes empreendedoras dos MEIs

As atitudes empreendedoras dos MEIs foram analisadas apresentando os itens de cada fator do IMAE. A Tabela 3 mostra que, dos 20 itens do fator Prospecção e Inovação do IMAE (LOPES JUNIOR; SOUZA, 2005, 2006; SOUZA et al., 2013), três deles se destacaram na escala “com muita frequência” tendo essa atitude: “Adoto procedimentos para assegurar que o trabalho atenda a padrões de qualidade previamente estipulados”; “Busco informações sobre meu ramo de negócio em diferentes fontes”; e “Busco informações sobre possíveis clientes”.

Tabela 3: Porcentagem de respostas aos itens do fator Prospecção e Inovação do IMAE.

ITENS	Nunca	Raramente	As vezes	Frequen- temente	Com muita frequência
Busco novas maneiras de realizar tarefas.	0,5	3,5	18,3	45,0	32,2
Utilizo contatos pessoais para atingir meus objetivos.	3,0	6,9	16,8	44,1	28,7
Adoto procedimentos para assegurar que o trabalho atenda a padrões de qualidade previamente estipulados.	5,0	2,0	10,9	42,1	40,1
Desenvolvo ideias novas para a solução de problemas.	4,0	2,5	19,8	40,6	33,2
Crio novas rotinas, objetivando a melhoria do desempenho do meu negócio.	5,0	5,4	25,2	40,1	24,3
Busco informações sobre meu ramo de negócio em diferentes fontes.	6,9	4,0	16,8	32,7	39,6
Exploro novas oportunidades de negócio.	2,5	9,4	38,6	35,6	13,9
Procuro criar novos serviços.	6,9	6,4	22,3	38,1	26,2
Assumo riscos para expandir o meu negócio.	10,9	15,3	37,6	22,8	13,4
Ajo antes de ser pressionado pelas circunstâncias.	6,9	7,9	36,6	33,7	14,9
Mudo de estratégia, se necessário, para alcançar uma meta	8,4	10,4	26,7	35,6	18,8
Planejo as atividades do meu negócio subdividindo tarefas de grande porte em subtarefas.	8,9	10,9	26,7	35,1	18,3
Busco informações sobre possíveis clientes.	5,4	5,0	19,8	34,7	35,1
Consulto meus registros de controle antes de tomar decisões.	9,9	8,9	26,7	34,2	20,3
Utilizo estratégias deliberadas para influenciar pessoas.	15,8	9,4	32,2	27,7	14,9
Faço projeções claras para o futuro do meu negócio.	10,9	9,9	27,2	32,2	19,8
Reviso continuamente objetivos de curto prazo.	16,8	6,4	27,7	32,2	16,8
Assumo riscos com intuito de superar a concorrência.	10,4	7,9	27,7	31,2	22,8
Defino continuamente objetivos de curto prazo.	16,8	9,9	29,2	29,7	14,4
Defino metas de longo prazo, claras e específicas.	20,3	10,9	27,2	25,7	15,8

Fonte: Resultados da pesquisa com o IMAE (itens extraídos de Lopes Junior e Souza, 2005, 2006; Souza et al., 2013).

Como pode ainda ser observado na Tabela 3, a maioria dos itens deste fator Prospecção e Inovação obteve maior número de respostas na escala “frequentemente” tenho essa atitude, sendo que cinco foram os mais indicados: “Busco novas maneiras de realizar tarefas”; “Utilizo contatos pessoais para atingir meus objetivos”; “Adoto procedimentos para assegurar que o trabalho atenda a padrões de qualidade previamente estipulados”; “Desenvolvo ideias novas para a solução de problemas”; e “Crio novas rotinas objetivando a melhoria do desempenho do meu negócio” (LOPES JUNIOR; SOUZA, 2005, 2006; SOUZA et al., 2013).

Para análise dos itens críticos, foi adotado o seguinte critério neste estudo: itens que apresentaram acima de 15% das respostas considerando o somatório de indicações nas escalas “nunca” e “raramente” tenho essa atitude. Os resultados críticos mais identificados no fator Prospecção e Inovação do IMAE (LOPES JUNIOR; SOUZA, 2005, 2006; SOUZA et al., 2013) foram 10: “Defino metas de longo prazo, claras e específicas” (31,2%); “Defino continuamente objetivos de curto prazo” (26,7%); “Assumo riscos para expandir o negócio” (26,2%); “Utilizo estratégias deliberadas para influenciar pessoas” (25,2%); “Reviso continuamente objetivos de curto prazo” (23,2%); “Faço projeções claras para o futuro do negócio” (20,8%); “Planejo atividades do negócio subdividindo tarefas de grande porte em subtarefas” (19,8%); “Mudo de estratégia, se necessário, para alcançar uma meta” (18,8%); “Consulto meus registros de controle antes de tomar decisões” (18,8%); e “Assumo riscos com intuito de superar a concorrência” (18,3%). A maioria desses itens críticos, especialmente aqueles voltados para planejamento, riscos, monitoramento e estratégias mais competitivas, também foi encontrado em outros estudos com MEIs (ARAÚJO; CASTRO, 2017; SOARES et al., 2019).

A Tabela 4 apresenta os resultados do fator Gestão e Persistência do IMAE. Esse fator é composto por 16 itens. Dos 16 itens correspondentes ao fator Gestão e Persistência do IMAE (LOPES JUNIOR; SOUZA, 2005, 2006; SOUZA et al., 2013), sete deles obtiveram maior frequência de respostas na escala “com muita frequência” tenho essa atitude. Esses itens foram: “Considero-me o principal responsável pelo desempenho do meu negócio”; “Confio na minha competência como fonte de sucesso do meu negócio”; “Responsabilizo-me pela conclusão dos trabalhos nos prazos estipulados”; “Confio na minha capacidade de superar desafios”; “Emprego esforços extras para a conclusão de tarefas programadas”; “Assumo a responsabilidade pela resolução de problemas que possam prejudicar o desempenho de meu negócio”; e “Faço sacrifícios pessoais para concluir tarefas”.

Tabela 4: Porcentagem de respostas aos itens do fator Gestão e Persistência do IMAE.

ITENS	Nunca	Raramente	As Vezes	Frequen- temente	Com muita frequência
Considero-me o principal responsável pelo desempenho do meu negócio.	2,5	0,5	4,5	29,7	62,9
Confio na minha competência como fonte de sucesso do meu negócio.	0,5	1,5	5,9	32,2	59,9
Responsabilizo-me pela conclusão dos trabalhos nos prazos estipulados.	1,0	2,0	5,9	37,1	53,5
Confio na minha capacidade de superar desafios.	2,0	1,0	12,9	35,6	48,0
Busco novas soluções para atender às necessidades de clientes.	3,0	0,0	10,9	46,0	40,1
Emprego esforços extras para a conclusão de tarefas programadas.	3,0	3,0	11,9	37,6	44,6
Assumo a responsabilidade pela resolução de problemas que possam prejudicar o desempenho de meu negócio.	4,5	3,0	9,9	39,1	43,6
Removo meus esforços para superar obstáculos.	6,9	4,5	19,3	42,1	27,2
Faço sacrifícios pessoais para concluir tarefas.	3,5	2,5	15,8	36,6	41,6
Mantenho meus objetivos mesmo diante de resultados que não são satisfatórios inicialmente.	5,4	3,5	22,8	35,1	33,2
Implemento novas ideias com o objetivo de melhorar a qualidade do meu negócio.	3,0	5,0	22,3	38,6	31,2
Calculo os riscos de novos investimentos.	12,4	5,0	25,7	38,1	18,8
Estimulo a participação dos funcionários na busca pela solução de um problema.	37,1	1,5	9,4	26,2	25,7
Estimulo o espírito de equipe entre meus funcionários.	36,6	2,0	12,4	27,2	21,8
Costumo calcular o risco envolvido nos negócios que faço.	9,4	6,9	31,7	34,2	17,8
Junto-me aos empregados nas tarefas para cumprir os prazos.	30,2	4,0	8,4	30,2	27,2

Fonte: Resultados da pesquisa com o IMAE (itens extraídos de Lopes Junior e Souza, 2005, 2006; Souza et al., 2013).

Quanto aos itens críticos, foi adotado o mesmo critério anteriormente comentado: itens que apresentaram no mínimo 15% das respostas considerando a escala “nunca” e “raramente” tenho essa atitude. Com esse critério, encontraram-se cinco itens no fator Gestão e Persistência do IMAE (LOPES JUNIOR; SOUZA, 2005, 2006; SOUZA et al., 2013): “Estimulo a participação dos funcionários na busca pela solução de um problema” (38,6%); “Estimulo o espírito de equipe entre meus funcionários” (38,6%); “Junto-me aos empregados nas tarefas para cumprir prazos” (34,2%); “Calculo riscos de novos investimentos (17,4%); e Costumo calcular o risco envolvido nos negócios que faço” (16,3%). Chama a atenção nesses itens que três deles apresentaram mais que 30% das respostas. Possivelmente, esse resultado esteja relacionado aos critérios necessários para se formalizar como MEI, como ter até um funcionário, o que impede a composição de equipes, fazendo com que a maioria trabalhe individualmente.

Em geral, os resultados do IMAE indicaram que o fator Prospecção e Inovação apresentou maior número de itens críticos. Já o fator Gestão e Persistência obteve maior número de itens favoráveis para as atitudes empreendedoras. Esse resultado favorável para atitudes empreendedoras de Gestão e Persistência entre os MEIs também foi encontrado com a amostra de validação do instrumento IMAE (LOPES JUNIOR; SOUZA, 2005, 2006), que foi composta por proprietários de pequenas empresas (empresários de varejo e serviços, mecânicos e profissionais de beleza, ou seja, atividades semelhantes às categorias dos MEIs desta pesquisa).

Esse resultado pode ser explicado pelo fato dos MEIs enfrentarem situações de limitações nos recursos financeiros, humanos e, às vezes, até de infraestrutura, o que exige deles realização, persistência, iniciativa, autoconfiança, redes de contato, etc. Essas necessidades possivelmente acabam exigindo mais do MEI para que as atividades aconteçam, não dando espaço para atitudes relacionadas à análise de riscos, uma vez que foram os itens críticos do fator Gestão e Persistência. A dificuldade de correr risco também foi um resultado encontrado na pesquisa de Araújo e Castro (2017) com MEIs.

Supõe-se que os MEIs não consigam priorizar atitudes que possam ter impacto a médio e a longo prazo, como aquelas relacionadas com o fator Prospecção e Inovação, pois, na maioria das vezes, o

microempreendedor precisa resolver problemas e tomar decisões instantaneamente para que as atividades se desenvolvam. A maioria dos MEIs trabalha sozinho, ficando diretamente responsáveis pela execução da atividade. Possivelmente essas condições podem impactar negativamente nas atitudes que exigem planejamento e tempo para analisar e tomar decisões, fato confirmado pelos itens críticos indicados pela amostra desta pesquisa no fator Prospecção e Inovação.

Contudo, atitudes voltadas para Prospecção e Inovação também são muito importantes para o crescimento dos negócios. Por mais que os MEIs tenham recursos limitados, a expansão de suas atividades pode ocorrer de diferentes formas, inclusive por meio do empreendedorismo cooperativo (REZAZADEH; NOBARI, 2018) ou outras estratégias mais competitivas e prospectoras (GIMENEZ; GIMENEZ, 2010). Além disso, em um contexto no qual o termo mais usado é inovação, os MEIs precisam desenvolver atitudes favoráveis para o acompanhamento das tendências do mercado do trabalho a fim de garantir a competitividade e a sobrevivência no ramo de atuação (GIMENEZ; GIMENEZ, 2010).

Expectativa e avaliação da contratação de MEI

Os gestores do setor industrial responderam que 58,3% contratam “com muita frequência” e “frequentemente” os serviços de MEIs e 41,7% relataram que “às vezes”. Esse resultado é sustentado pela literatura (BUENO et al., 2015; CNI, 2018) quando discute que o movimento de terceirização dos serviços na indústria para redução de custos pode ser um grande aliado ao crescimento do MEI.

Considerando que o fator Prospecção e Inovação apresentou maior frequência de itens críticos na autoavaliação dos MEIs em relação às suas atitudes empreendedoras e diante da importância dessas atitudes se traduzirem em comportamentos a fim de ampliar os serviços e assegurar a sustentabilidade financeira, evidencia-se a necessidade de os participantes desta amostra reavaliarem suas posturas se desejarem manter-se competitivos na área de atuação.

Quanto ao grau de satisfação da indústria ao contratar o serviço com os MEIs, nota-se que 58,3% dos gestores do setor industrial consideram-se “satisfeitos” e “muito satisfeitos” com os serviços prestados pelos profissionais formalizados como MEIs. Porém 33,3% consideraram “insatisfeito”, o que representa um número expressivo.

A avaliação dos gestores da indústria a respeito das características positivas relacionadas à contratação e ao trabalho dos MEIs foi: serviço com baixo custo; profissional indicado por alguém de sua confiança; rapidez na contratação; tempo de execução dentro do prazo; honestidade e educação; agilidade na produção; comprometimento com o resultado do trabalho; qualidade; e entender a necessidade do cliente. Por outro lado, as principais reclamações sobre o serviço prestado por essa modalidade de pessoa jurídica (MEIs) foram citadas conforme relatos na Tabela 5.

Tabela 5: Principais reclamações da experiência na contratação de MEI para os gestores do setor industrial

Respostas

Pouco preparo no trato com o cliente.

Não cumpre o prazo fazendo o serviço no tempo dele e não na necessidade do cliente.

Falta de planejamento. Falta de cumprimento de prazos. Falta de ciência da importância do produto do seu trabalho. Falta de foco em impostos e obrigações legais. Falta de ownership entre sócios.

Falta de capital de giro para bancar o operacional, totalmente dependente do recebimento para operacionalizar.

Falta de NF, qualidade do serviço, falta de certificação necessária à prestação dos serviços (NR's e de segurança).

Fonte: Autores.

Segundo os relatos, percebe-se uma grande similaridade nas reclamações, onde cumprir com o prazo estabelecido e melhorar a qualidade do serviço se destacam. A percepção dos entrevistados do setor industrial quanto às habilidades que consideram que o MEI precisa aprimorar para melhorar sua qualificação profissional foram apresentadas na Tabela 6.

Tabela 6: Sugestão de habilidades do MEI que podem ser aprimoradas.**Respostas**

O contato com o cliente de forma personalizada. Surpreender o cliente.

Prazo, Comunicação, Honestidade nos orçamentos.

Buscar treinamento, cursos, conhecimentos para que a sua prática seja aprimorada, Buscar conhecimento que auxilie em um gerenciamento para uma tomada de decisão mais assertiva, Buscar parceria com profissionais renomados/know-how ou empresas consagradas ou serviços de consultoria (e.g. Sebrae etc.), Buscar conhecimentos que influenciem em sua progressão ou beneficiamento (impostos, legislação etc.), Buscar meios de promoção /marketing etc. para que sua clientela seja ampliada / mantida, Buscar entender as necessidades do seu público alvo.

Planejamento, Foco em qualidade, Foco na satisfação do cliente, Foco em obrigações legais, Entender a importância do seu negócio, Planejamento financeiro e Planejamento fiscal.

O mínimo de conhecimento em gestão administrativa da sua empresa.

Fonte: Autores.

De acordo com os relatos da Tabela 6, identificam-se habilidades (técnica e comportamental) apontadas com frequência elevada, sugerindo que a capacitação é uma via importante para a profissionalização dos MEIs. De fato, pesquisa realizada pelo SEBRAE (2017) identificou áreas que os próprios MEIs reconhecem que precisam de capacitação: controles financeiros (53%), orientação para o crédito/financiamento (52%), propaganda e marketing (47%), melhorias da qualidade produto/serviço (46%), uso de redes sociais (37%) e atendimento ao cliente (36%). O fato dos profissionais reconhecerem que possuem carências já é bastante positivo e vai ao encontro do que já foi discutido por Gimenez e Gimenez (2010) de que o autoconhecimento e a compreensão das atitudes empreendedoras, promovidos também via capacitação, podem ajudar na superação dos limites pessoais e no fortalecimento de comportamentos mais empreendedores.

Considerando que a maioria das reclamações e das habilidades que precisam ser melhoradas pelos MEIs, na perspectiva dos gestores do setor industrial, refere-se à área de gestão, nota-se que há certa incoerência entre a autoavaliação das atitudes empreendedoras dos MEIs desta amostra e a satisfação dos contratantes do setor industrial. Essa constatação reforça a necessidade de melhor convergir as atitudes favoráveis no fator Gestão e Persistência em comportamentos empreendedores, além de promover atitudes e comportamentos voltados à Prospecção e Inovação.

Conclusão

Os resultados desta pesquisa mostraram uma tendência mais forte entre os MEIs para as atitudes empreendedoras de Gestão e Persistência. Além disso, os resultados desta pesquisa sugeriram alta expectativa do setor industrial pela contratação de MEI, porém sinalizando a necessidade de melhoria no trabalho prestado, inclusive em atividades relacionadas à gestão.

Os resultados indicaram ainda direcionamentos importantes como a necessidade de fortalecer atitudes empreendedoras em fatores críticos, como Prospecção e Inovação, mas também em atitudes autoavaliadas positivamente pelos MEIs, como no caso do fator Gestão e Persistência, e que foram incoerentes com a avaliação externa, de contratantes do setor industrial.

Assim, esses resultados podem subsidiar planejamento de cursos de capacitação. Esses cursos podem impactar positivamente no fortalecimento de atitudes e comportamentos empreendedores, o que pode ainda refletir na melhoria do serviço prestado pelos MEIs e no crescimento de seus negócios.

Todavia, é importante destacar algumas limitações do estudo. A pesquisa realizada contempla uma amostra de MEIs das cidades de Salvador e Feira de Santana, além de um número restrito de contratantes do setor industrial, e por isso seus resultados não podem ser generalizados. Novas pesquisas poderiam ampliar as amostras e aplicar o mesmo estudo em diferentes estados do país.

Referências

AJZEN, I. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, v. 50, n. 2, p. 179-211, 1991.

AJZEN, I. Nature and operation of attitudes. *Annual Review of Psychology*, v. 52, n. 1, p. 27-58, 2001

ARAÚJO, D.; CASTRO, C. Estudo dos microempreendedores individuais e suas competências empreendedoras no município de Barbacena. In: XIX SEMEAD, Seminário em Administração, 2017, São Paulo. **Anais do XIX Seminário em Administração**. São Paulo: FEA USP, 2017.

BARTZ, W.; WINKLER, A. Flexible or fragile? The growth performance of small and young businesses during the global financial crisis – Evidence from Germany. **Journal of Business Venturing**, v.31, n.2, p.196-215, 2016.

BEHLING, G.; PEREIRA, C. M. D.; MAZZOLENI, E. C.; BACCIN, S. S.; LENZI, F. C. Microempreendedor individual catarinense: uma análise descritiva do perfil dos empreendedores individuais em Santa Catarina. **Navus: Revista de Gestão e Tecnologia**, v.5, p.65-78, 2015.

BERNARDO, N.; ARAUJO, E. Formação para o empreendedorismo: análise das ementas das disciplinas dos cursos oferecidos por uma instituição pública de ensino superior tecnológico. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 12, n.5, p. 304-327, 2016.

BRASIL. Lei Complementar nº 123 de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. **Diário Oficial da União**. Brasília, DF, 15 de dezembro de 2006.

BRASIL. Lei Complementar nº 128 de 2008. Altera a Lei Complementar nº123 do Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. **Diário do Senado Federal**. Brasília, DF, 25 nov. 2008.

BRASIL. Lei Complementar nº 155 de 2016. Trata de reorganizar e simplificar a metodologia de apuração do imposto devido por optantes do simples nacional. **Diário Oficial da União**. Brasília, DF, 27 de outubro de 2016.

BRASIL. **Cartilha do Microempreendedor Individual**. Ministério do Trabalho e Emprego, 2017. Disponível em: <http://trabalho.gov.br/images/Documentos/ASCOM/cartilha-do-microempreendedor-individual.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2018.

BUENO, W.; VEIGA, C. H. A.; FLORES, S. A.; ZUCATTO, L. C. Estratégias na terceirização para o desenvolvimento da cadeia produtiva e logística - uma análise em indústrias prestadoras de serviços para uma multinacional do ramo calçadista. **Race: Revista de Administração, Contabilidade e Economia**, v. 14, n. 3, p. 983-1004, 2015.

CNI. **Retratos da Sociedade Brasileira**. A indústria brasileira na visão da população. Brasília: CNI, 2014. Disponível em: http://bucket-gw-cni-static-cms-s3.amazonaws.com/legacy/app/conteudo_18/2014/06/09/6470/CNI_IBOPE_IndBrasnavisaodaPopulacao_MAI020141.pdf. Acesso em: 02 jul. 2018.

CNI. **Portal da Indústria**. Importância da Indústria. CNI, 2018. Disponível em: <http://www.portaldaindustria.com.br/estatisticas/importancia-da-industria/>. Acesso em 30 de junho de 2018.

CRESWELL, J. W. **Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches**. Thousand Oaks, California: Sage Publications, 2013.

GIMENEZ, S.; GIMENEZ, F. Atitude empreendedora e estratégia em pequenos e médios hotéis. **Turismo-Visão e Ação**, v. 12, n. 1, p. 49-72, 2010.

GOMES, A. F.; SANTOS, R. A.; SILVA, P. L. O.; BACELAR, A. S. A. Organizações femininas: como mulheres gerenciam seus negócios? **Gestão & Planejamento-G&P**, v. 18, p. 202-219, 2017.

IBGE. **Estatísticas de gênero mostram como as mulheres vêm ganhando espaço na realidade socioeconômica do país**. Agência de notícia IBGE, 2014. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2013-agencia-de-noticias/releases/14691-asi->

- [estatisticas-de-genero-mostram-como-as-mulheres-vem-ganhando-espaco-na-realidade-socioeconomica-do-pais.html](#). Acesso em: 30 mai. 2018.
- LOPES JUNIOR, G. S.; SOUZA, E. C. L. Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas: construção de um instrumento de medida. **REAd - Revista Eletrônica de Administração**, v2, n.6, p. 1-21, 2005.
- LOPEZ JÚNIOR, G. S.; SOUZA, E. C. L. Instrumento de Medida da Atitude Empreendedora - IMAE: Construção e Validação de uma Escala. In: **30º Encontro da ANPAD**, 23 a 27 de setembro, Salvador, Bahia, 2006. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/enanpad2006-esoc-1910.pdf>. Acesso em: 20 out. 2018.
- NEIVA, E. R.; MAURO, T. G. Atitudes e mudança de atitudes. In: TORRES, C. V.; NEIVA, E. R. (org.), **Psicologia social: principais temas e vertentes**. Porto Alegre: Artmed, 2011. p. 171-203.
- PEDROSA, M. A.; SOUZA, E. C. L. Atitude empreendedora no setor hoteleiro brasileiro: um estudo em pequenos e grandes hotéis no Distrito Federal. **Turismo-Visão e Ação**, v. 11, n. 3, p. 358-374, 2009.
- PIMENTEL, C. E.; TORRES, C. V.; GÜNTHER, H. Estratégias de mensuração de atitudes em psicologia social. In: TORRES, C. V.; NEIVA, E. R. (org.), **Psicologia social: principais temas e vertentes**. Porto Alegre: Artmed, 2011. p. 204-218.
- PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Microempreendedor individual**. O que é ser um MEI? Governo Federal, 2009. Disponível em: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/temas/quero-ser/formalize-se/O-que-e-ser-um-mei>. Acesso em: 18 fev. 2017.
- PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Estatísticas**. Total de Empresas Optantes no SIMEL. Governo Federal, 2018. Disponível em: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatisticas>. Acesso em: 23 agost. 2018.
- PORTUGAL, N. S.; SILVA, S. S.; PORTUGAL JÚNIOR, P. S.; ALVES, A. F. Microempreendedores individuais: um estudo sobre suas ações e percepções frente às exigências do desenvolvimento sustentável. **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade-GeAS**, v. 6, n. 1, p. 107-122, 2017.
- REIS, I. **Gestão empreendedora: o impacto do Empretec**. Salvador: SEBRAE, 2015.
- REZAZADEH, A.; NOBARI, N. Antecedents and consequences of cooperative entrepreneurship: a conceptual model and empirical investigation. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v.14, n.2, p.479-507, 2018.
- SEBRAE. **Datasebrae. Inadimplência do MEI**. SEBRAE, 2016a. Disponível em: <http://datasebrae.com.br/inadimplencia-do-mei/>. Acesso em: 29 mai. 2018.
- SEBRAE. **Datasebrae. Anuário das mulheres empreendedoras e trabalhadoras em micro e pequenas empresas**. SEBRAE, 2016b. Disponível em: <http://datasebrae.com.br/empreendedorismo-feminino/#indice>. Acesso em: 31 mai. 2018.
- SEBRAE. **Pesquisa perfil do MEI**. Brasília: SEBRAE NACIONAL, 2017. Disponível em: <http://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2017/05/Pesquisa-Perfil-do-MEI-2017.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2018.
- SEBRAE. **Plano estratégico 2019, o público do SEBRAE**. 7ª Ed. Brasília. UGE,2018. Disponível em: [file:///C:/Users/MARA/Downloads/O-p%C3%BAblico-do-Sebrae-2018%20-%20DADOS%20MPE%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/MARA/Downloads/O-p%C3%BAblico-do-Sebrae-2018%20-%20DADOS%20MPE%20(1).pdf). Acesso em: 11 agost. 2018.
- SOARES, E. C.; ARAÚJO, D. A. R.; BELÉM, V. E. J.; PINHO, W. C. Características essenciais do microempreendedor individual de Boa Vista - RR. **Navus. Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 9, n. 2, p. 85-97, 2019.

SOUZA, E. C. L.; LOPEZ JÚNIOR, G. S.; BORNIA, A. C.; ALVES, L. R.R. Atitude empreendedora: validação de um instrumento de medida com base no modelo de resposta gradual da teoria da resposta ao item. **RAM-Revista de Administração Mackenzie**, v. 14, n. 5, p.230-251. 2013.

VIAL, V.; HANOTEAU, J. Returns to micro-entrepreneurship in an emerging economy: a quantile study of entrepreneurial Indonesian households' welfare. **World Development**, v.74, p.142-157, 2015.