



**VII SINGEP**

Simposio Internacional de Gest3o de Projetos, Inova3o e Sustentabilidade  
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability

ISSN: 2317-8302

## **ELEMENTOS QUE COMP3EM O PERFIL DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL DE BOA VISTA - RR**

**DANIEL DA ROCHA ARA3JO**  
Universidade Federal de Roraima

**VICTOR EMANUEL DE JESUS BEL3M**  
Universidade Federal de Roraima

**WELLERSON COSTA PINHO**  
Universidade Federal de Roraima

**EDUARDO CODEVILLA SOARES**  
Universidade Federal de Roraima



## **ELEMENTOS QUE COMPÕEM O PERFIL DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL DE BOA VISTA- RR**

### **Resumo**

Posto que o empreendedor visa atingir o sucesso de seu negócio aliando suas ideias às oportunidades detectadas, o estudo das características atitudinais do Microempreendedor Individual – MEI mostra-se relevante para uma melhor compreensão do mesmo. O presente estudo tem o objetivo de analisar as características essenciais do microempreendedor individual de Boa Vista – RR. A pesquisa possui linha qualitativa exploratória. A seleção de entrevistados baseou-se por conveniência. Entrevistou-se doze profissionais, divididos em três categorias: analistas do SEBRAE, MEIs e contadores. O levantamento de dados deu-se por meio de entrevista semiestruturada e analisado pelo conteúdo das respostas. Os resultados permitiram destacar que as características planejamento, detecção de oportunidade, sociabilidade, inovação, assunção de riscos calculados, persistência, além de determinação, audácia e busca por informações são essenciais ao Microempreendedor Individual boavistense. Recomenda-se que em pesquisa futura, a mesma seja reaplicada em outros municípios de Roraima criando, assim, um panorama estadual do MEI. Ou ainda, sugere-se que a mesma seja desenvolvida utilizando o método quantitativo, com objetivo de verificar se a estrutura de análise proposta se aplica aos MEIs de Boa Vista-RR de forma mais ampla.

**Palavras-chave:** MEI; Empreendedorismo; Perfil Empreendedor.

### **Abstract**

Since the entrepreneur seeks to reach the success of his business aligning his ideas to detected opportunities. The study of the characteristics of the Individual Micro Entrepreneur- IME shows itself relevant for a better understanding of it. The present study has the objective of analyzing the essential characteristics of the individual micro entrepreneur of Boa Vista, Roraima. The research possesses exploratory qualitative line. The selection of interviewed personnel was based into convenience. Twelve professionals were interviewed, divided in three categories: analysts of SEBRAE, IME's and accountants. The data rising was made through semi-structured interview and analyzed by the content of the answers. The results allowed to highlight that the characteristics planning, opportunity detection, sociability, innovation, assumption of calculated risks, persistence, besides determination, audacity and search for information is essential to Individual Micro entrepreneur of Boa Vista. It is recommended that in further research, it be reapplied in the cities of Roraima creating, this way, a state panorama of IME. Or yet, it is suggested for the research to be developed using the quantitative method, with the goal of verifying if the proposed analyses structure is applied to the IME's of Boa Vista-RR in a wider way.

**Keywords:** IME; Entrepreneurship; Entrepreneur Profile.



## 1 Introdução

O mercado informal vem ganhando maior participação na economia ao longo dos anos. Nos países em desenvolvimento, conforme Maloney (1999), aproximadamente 40% dos trabalhadores exercem suas atividades de maneira informal, e, portanto, se encontram desamparados pela legislação trabalhista e previdenciária. Para Oliveira (2005), no Brasil, entre as décadas de 1980 e 1990 o trabalho informal cresceu além do esperado constituindo-se em um modo de inclusão ao mercado de trabalho, ao qual o mercado formal viu-se incapaz de absorver.

Conforme o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2008), à época, o Brasil possuía aproximadamente mais de dez milhões de pessoas que trabalhavam de modo informal, os quais não possuíam os benefícios existentes na Consolidação das Leis do Trabalho-CLT como o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço-FGTS, não realizavam contribuição à Seguridade Social, e nem eram amparados por vários direitos inerentes aos trabalhadores formalmente empregados.

Tendo em vista essa realidade, os legisladores brasileiros criaram a Lei Complementar nº 128/2008, que passou a vigorar em julho de 2009. Nesta lei havia a proposição de uma nova forma de empresa, o Microempreendedor Individual-MEI, este tipo de empresa, segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas-SEBRAE (2018), é oriunda em maioria de pessoas que trabalham por conta própria e que se legalizam como pequenos empresários.

De acordo com a Lei Complementar nº 128/2008, para ser um microempreendedor individual, é necessário faturar no máximo oitenta e um mil reais por ano e não ter participação em outra empresa como sócio ou titular.

No Brasil, conforme a Receita Federal (2018), existem 7.011.328 MEIs, sendo 10.815 MEIs em Roraima, conforme o SEBRAE (2016), em 2015 existiam 5.680.614 MEIs e em Roraima 10.637 MEIs em atividade, cenário que é capaz de apontar o crescimento quantitativo deste tipo de empresa na modernidade. Portanto, entender o MEI é também adequar-se a uma nova modalidade de trabalho e emprego, geração de renda que vem ganhando espaço entre os tipos de enquadramentos vigentes. Além disso, com a análise das características essenciais deste tipo de empreendedor é possível propiciar o surgimento de *insights* para melhor compreensão dessa dinâmica atual que envolve a cultura do empreendedorismo.

Os momentos constantes e cíclicos de dificuldades político-econômicas do Brasil reforçam a oportunidade da realização de estudos com a temática voltada para o empreendedorismo (Oreiro, 2017), nesse contexto, Soares (2008) afirma que momentos de crise vêm acompanhados de novas formas de trabalho e emprego.

Constata-se a viabilidade do estudo dado ao fato de que em Boa Vista, Roraima existem 8.366 MEIs cadastrados (Receita Federal, 2018), facilitando com isso o acesso aos dados e destacando a possibilidade de se obter informações diretamente com os próprios Microempreendedores individuais mesmo com sua recente criação. Há viabilidade também ao considerar o fato da existência de referências sobre o tema.

O estudo em tela mostra-se relevante, pois o MEI, além de ter sido criado recentemente, é pouco abordado academicamente quando o foco é a região norte, em especial o município de Boa Vista no estado de Roraima. Constata-se a relevância social do estudo uma vez que o resultado da pesquisa poderá ser usado como base para aqueles que estão buscando informações sobre como ingressar na realidade do microempreendedor individual.

Frente à contextualização apresentada e por se tratar de um campo de atuação que está em desenvolvimento, esta pesquisa visa responder a seguinte questão: Quais as características essenciais do microempreendedor individual de Boa Vista, Roraima?



Em vias de atender a questão emanada, este estudo tem como objetivo analisar as características essenciais do microempreendedor individual do município de Boa Vista, Roraima.

Além desta introdução, este artigo possui as seguintes seções: (1) referencial teórico que busca informar sobre o tema em questão; (2) procedimentos metodológicos com informações a respeito dos procedimentos utilizados para a realização deste estudo; (3) análise de dados que compreende os dados utilizados na pesquisa e a forma de interação dos mesmos no contexto aplicado e; (4) considerações finais demonstrando os resultados desta pesquisa.

## 2 Referencial Teórico

Este tópico é dividido em três seções, (2.1) Empreendedorismo: conceituações e relevância; (2.2) Microempreendedor Individual: histórico, conceitos e legislação e (2.3) Características Essenciais do Microempreendedor: definição e principais características.

### 2.1 Empreendedorismo

Para Dornelas (2014) empreendedorismo é a transformação de ideias em oportunidades, advinda de um conjunto de pessoas que unem forças para alcançar um mesmo objetivo, e, se houver uma implementação dessas oportunidades, pode-se alcançar o status de negócio bem-sucedido.

Neste contexto, Hisrich, Peters e Shepherd (2014) afirmam que o empreendedorismo está na ação de se detectar a oportunidade e agir diante dela, se esta trouxer benefícios condizentes com seus riscos. Com isso, observa-se um consenso capaz de definir, de certa forma, o empreendedor e os comportamentos deste, incluindo entre esses comportamentos, a capacidade de iniciativa, a organização ou reorganização de mecanismos sociais para se beneficiar e, ainda, aceitar os riscos ou os fracassos (Hisrich, Peters e Shepherd, 2009).

Segundo Dornelas (2014), o tema Empreendedorismo vem se tornando algo de extrema relevância para a economia brasileira, pois é um nicho em constante ascensão. Ainda, segundo Dornelas (2014), existem dois tipos de empreendedor, o primeiro, que compreende o conceito inicial de Hisrich *et al.* (2014), é aquele que reconhece a oportunidade, e com um prévio planejamento busca o sucesso, a riqueza, a criação de empregos e o crescimento da empresa.

O segundo é o empreendedor por necessidade, compreendendo aqueles que se utilizam da criação do negócio próprio não por encontrar uma boa oportunidade ou por se ter uma ideia inovadora, mas sim por precisar, essencialmente, buscar sua subsistência. Esse tipo de empreendimento é o que tende a ter menor grau de sucesso, visto que, geralmente, não há uma ideia, oportunidade clara ou mesmo um objetivo a ser seguido, devido a isto o índice de sucesso dessas é menor. (Dornelas, 2014; SEBRAE, 2016).

Reynolds, Storey e Westhead (1994), em uma pesquisa realizada na Europa, constataram que a criação de novos empreendimentos se dá com maior intensidade em países onde existe maior número de eventos que suportem o novo empreendedor, sejam esses eventos a legislação diferenciada, programas de apoio, tributação diferente, etc.

O Poder Público Brasileiro vem adotando essa política de suporte aos empreendedores ao constatar a importância dos novos empreendedores, tanto econômica quanto social, a prova disso está na criação de programas voltados ao empreendedor, como por exemplo, o Programa Brasil Empreendedor, que capacitou no início dos anos 2000 mais de seis milhões de empreendedores e a Lei Complementar nº 128/2008, que criou a figura do MEI (Dornelas, 2014).



## 2.2 Microempreendedor Individual

A Constituição Brasileira de 1988 estabeleceu, nos artigos 170, inciso IX, e 179, que as microempresas e empresas de pequeno porte tivessem um tratamento jurídico diferenciado a fim de amenizar a pesada carga tributária brasileira. Porém, somente com a Lei Complementar nº 123/2006, que instituiu o Simples Nacional, tal benefício passou a realmente existir (Julião, Leone & Veiga Neto, 2014). Com a implementação do Simples Nacional, em 2007, as microempresas e empresas de pequeno porte tiveram uma redução média de 40% nos tributos (Portugal, Silva, Portugal Júnior & Alves, 2017).

Em 2009 foi instituída a Lei Complementar nº 128/2008, que alterou a Lei Complementar nº 123/2006 e criou a figura do MEI. Lei esta que concebeu condições distintas para que o trabalhador informal pudesse se tornar um microempreendedor legalizado e usufruir dos mesmos benefícios cujos trabalhadores e empreendedores legalizados possuem (Lopes, Siqueira, Vieira & Freitas, 2014).

De acordo com a Lei Complementar nº 128/2008, MEI é o empresário individual, optante pelo Simples Nacional, que tenha faturamento máximo anual de oitenta e um mil reais ou seis mil e setecentos e cinquenta reais mensais, que não possua mais de um estabelecimento, que possua até um empregado contratado que receba o salário mínimo ou o piso da categoria e que não tenha participação em outra empresa como titular, sócio ou administrador.

Conforme a legislação vigente o MEI terá que recolher um valor fixo mensal de 5% sobre o salário mínimo vigente referente à Contribuição para a Seguridade Social, mais um real a título de Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação – ICMS e/ou cinco reais a título de Imposto Sobre Serviços de qualquer Natureza – ISS e ficará isenta de impostos federais (Silva, Lopes, Ribeiro Filho & Pederneiras, 2010; Julião *et al.*, 2014; Lopes *et al.*, 2014).

A fim de facilitar a adesão ao MEI, o art. 4º da Lei Complementar nº 139/2011 estipula que “O processo de abertura, registro, alteração e baixa do MEI bem como qualquer exigência para o início de seu funcionamento, deverão ter trâmite especial e simplificado, preferencialmente eletrônico (...)”. Desta maneira a formalização do MEI pode ser feita pela internet, de forma gratuita, no Portal do Empreendedor (Silva *et al.*, 2010; Lopes *et al.*, 2014).

Caso o MEI não possua acesso à internet, ou não tenha conhecimentos de informática, empresas contábeis estarão realizando esse procedimento de graça. O Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – CNPJ e o número de inscrição na Junta Comercial são obtidos de imediato (Silva *et al.*, 2010). O SEBRAE (2017) afirma que 27,8% dos MEIs formalizaram-se com a ajuda de um contador.

Julião *et al.* (2014) alertam que apesar das vantagens o programa traz consigo algumas obrigações e dificuldades para o trabalhador como, por exemplo, dificuldade para realizar uma atualização cadastral ou sair do programa e possíveis exigências como fiança, garantias e limites para o acesso a créditos em bancos.

## 2.3 Características Essenciais Do Microempreendedor

Dornelas (2014), afirma que o perfil do empreendedor ainda não tem uma definição única e objetiva, visto que, à medida que novas obras sobre o tema surgem, inovações sobre o mesmo aparecem.



O perfil do empreendedor para alguns autores, como Cunningham e Lischeron (1991), é maior e mais intrínseco do que o fato de se abrir uma empresa. Ao longo dos anos o empreendedorismo vem sendo debatido e estudado e, em muitas pesquisas, chega-se a algumas características, consideradas essenciais para o empreendedor. Para Hisrich *et al.* (2009), por exemplo, o empreendedor possui características diferentes das pessoas comuns. Essas características são grande parte da personalidade do empreendedor nato, seja o pensamento diferenciado, poder de decisão mesmo em ambientes inseguros e com muitos riscos, e não se importam em dispender o que tem para alcançar os objetivos, seja esse despendimento financeiro ou emocional.

Para Audretsch e Feldman (1996), o espírito empreendedor é capaz de modificar a economia, trazer inovações, buscar mudanças e chegar às novas tecnologias. Para eles, o fato de se empreender força mudanças, sejam tecnológicas, econômicas ou sociais. Já o *Global Entrepreneurship Monitor* (2013), acrescenta que o empreendedorismo vem crescendo mundialmente, devido a diversos fatores que levam ao caminho do próprio negócio, entre os principais estão a busca de melhores condições de vida e as mudanças existentes no mercado devido às constantes modificações na economia mundial.

O conjunto de obras que se deu, desde que o tema empreendedor entrou em evidência, trouxe algumas características que são o sumo do que é o empreendedor. Ao estudarem sobre o assunto, Schmidt e Bohnenberger (2009) extraíram de diversos autores as características atitudinais comuns aos empreendedores e as conceituaram. Entre elas estão: assume riscos calculados, planejador, detecta oportunidades, persistente, sociável e inovador.

Assim, para Schmidt e Bohnenberger (2009), riscos calculados relacionam-se com a análise de variáveis que poderão, dentro de um período, influenciar direta ou indiretamente os resultados esperados. Dornelas (2014) acrescenta que é necessário gerenciar o risco, avaliando as reais chances de sucesso.

Já o planejador, segundo Schmidt e Bohnenberger (2009), é aquele que se prepara para o futuro antevendo aos fatos. Ele faz o planejamento de cada etapa de seu negócio, como rascunhos do plano de negócios, ações de marketing, escolha de fornecedores e etc., utilizando a forte visão de negócio que possui (Dornelas, 2014).

O empreendedor sabe identificar as oportunidades, fazendo bom uso das informações, sejam abstratas, implícitas ou em constante mudança, para aumentar as chances de sucesso do negócio (Schmidt & Bohnenberger, 2009; Dornelas, 2014).

A persistência está ligada à vontade de alcançar os objetivos, mesmo que isso signifique a privação social. O trabalho será intensivo em prol dos objetivos, mesmo que o retorno a este esforço seja incerto. Em outras palavras o grau de comprometimento é máximo, por isso tendem a atropelar as adversidades com sua vontade de “fazer acontecer” (Drucker, 1986; Markman & Baron, 2003; Souza, Souza, Assis & Zerbini, 2004; Dornelas, 2014).

Para Hisrich e Peters (2004), o empreendedorismo vem cada vez mais buscando formas de facilitar e impulsionar o andamento dos negócios, para isto utiliza-se de rede social, mantendo sempre o *networking* em dia, assim poderá manter um círculo de contatos necessários à realização do seu empreendimento. Neste caso faz-se necessário também o uso do carisma pessoal, defendido por McCarthy (2003).

Hisrich *et al.* (2014) comentam que a função do empreendedor é reformar ou revolucionar o padrão de produção utilizando uma invenção ou método ainda inexistente, para produzir um novo bem ou um bem de maneira diferente. Uma das tarefas mais difíceis do empreendedor é lançar algo novo, pois além de criar e conceber, ele deve compreender as forças em funcionamento no ambiente. Em suma, segundo Filion (2000), inovador é a pessoa que relaciona ideias, fatos, necessidades e demandas de mercado de forma criativa.

Na Figura 1 é possível verificar as características apontadas na literatura empreendedora.



Características	Definição	Autores
<b>Assumir riscos calculados</b>	Gerenciamento dos riscos, diante de um projeto para avaliar as variáveis que podem influenciar o seu resultado, decidindo, a partir disso, a continuidade do projeto.	Schmidt & Bohnenberger (2009) e Donelas (2014).
<b>Planejamento</b>	Ato de planejar o futuro. Planejando cada etapa do seu negócio.	Schmidt & Bohnenberger (2009) e Donelas (2014).
<b>Deteção oportunidades</b>	Característica de quem detém a predisposição de explorar, capturar, reconhecer e fazer uso efetivo de informações em busca de identificar oportunidades.	Markman & Baron (2003), Schmidt & Bohnenberger (2009) e Donelas (2014).
<b>Persistência</b>	Capacidade de trabalhar continuamente em prol do seu negócio, sujeitando-se em alguns casos a privações diversas, em projetos de retorno incerto.	Drucker (1986), Markman & Baron (2003) e Souza <i>et al.</i> (2004).
<b>Sociabilidade</b>	Utilização da rede social para se manter um círculo de contatos necessários à realização do seu empreendimento.	McCarthy (2003) e Hisrich & Peters (2004).
<b>Inovação</b>	Pessoa que faz uso da criatividade para criar ou reformular um produto ou serviço.	Filion (2000); Schmidt & Bohnenberger (2009) e Hisrich <i>et al.</i> (2014).

**Figura 1. Características essenciais do microempreendedor.**

**Fonte:** O autores com base em Drucker (1986); Filion (2000); McCarthy (2003); Markman e Baron (2003); Hisrich e Peters (2004); Schmidt e Bohnenberger (2009); Dornelas (2014); Hisrich *et al.* (2014).

### 3 Procedimentos Metodológicos

O presente estudo utiliza-se do enfoque qualitativo como forma de atender os seus objetivos. Tal como proposto por Leite (2008), a pesquisa qualitativa é aquela que preza pela qualidade da informação e busca utilizar de maneira adequada os valores culturais e a capacidade de reflexão do indivíduo.

A pesquisa encara o tema em análise de maneira exploratória, visto que, ainda, de acordo com Leite (2008) estudos de abrangência exploratória são aqueles que abordam um tema novo e de material escasso, assim como no caso dos MEIs em Boa Vista, Roraima. Foi realizado um levantamento bibliográfico em livros, artigos, sítios eletrônicos e etc. Pois, de acordo com Gil (2010), a pesquisa bibliográfica tem o objetivo de fornecer fundamentação teórica ao trabalho.

A pesquisa tem como forma de seleção dos entrevistados a amostragem por conveniência, a qual segundo Gil (2010) é aquela em que o pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, independente da representatividade dos mesmos para o universo em análise. Para tanto, a seleção dos entrevistados seguiu os seguintes critérios: contadores que atuam diretamente com MEI; analistas do SEBRAE; e, MEIs que estejam legalizados há no mínimo um ano. A Figura 2 reúne informações a respeito dos entrevistados conforme os critérios de seleção elencados.

Para a coleta de dados a técnica utilizada foi a entrevista semiestruturada, que de acordo com Flick (2013) é a entrevista que utiliza-se de um guia, e o entrevistador tem liberdade para ditar a direção da entrevista, fazendo com que o entrevistado não fique preso a formulação inicial das perguntas, desta forma extraindo o máximo de informações relevantes para a pesquisa.

Quanto ao procedimento escolhido de análise de dados, foi utilizado a análise de conteúdo, que segundo Flick (2013) tem por objetivo classificar o conteúdo das entrevistas



alocando as declarações, sentenças ou palavras a um sistema de categorização, permitido assim a realização de análises transversais e obtendo o máximo possível de informações dos dados extraídos da amostra.

Entrevistado	Função	Formação acadêmica	Tempo na função	Data da entrevista	Duração da entrevista
1	Analista do SEBRAE	Bacharel em Administração	05 anos	28/05/2018	10:24
2	Analista do SEBRAE	Bacharel em Contabilidade	19 anos	07/06/2018	14:08
3	Analista do SEBRAE	Bacharel em Economia	02 anos	13/06/2018	13:02
4	Analista do SEBRAE	Bacharel em contabilidade e Marketing	06 anos	18/06/2018	11:28
5	MEI	Nível fundamental	05 anos	28/05/2018	14:20
6	MEI	Nível médio	03 anos	10/06/2018	07:00
7	MEI	Bacharel em Contabilidade	06 anos	18/06/2018	05:58
8	MEI	Bacharel em Contabilidade	03 anos	19/06/2018	15:08
9	Contador	Bacharel em Contabilidade	23 anos	12/06/2018	16:18
10	Contador	Mestre e Bacharel em Contabilidade	10 anos	16/06/2018	19:10
11	Contador	Bacharel em Contabilidade	18 anos	18/06/2018	34:53
12	Contador	Mestre e Bacharel em Contabilidade	25 anos	20/06/2018	20:57

**Figura 2. Caracterização dos entrevistados.**

Fonte: Os autores (2018).

#### 4 Análise de Dados

A coleta de dados ocorreu em maio e junho de 2018 na cidade capital do estado de Roraima, Boa Vista, que tem como principais atividades econômicas, o comércio, a indústria e o serviço. A população da pesquisa foi baseada em contadores, analistas do SEBRAE e MEIs, e contou com a participação de 04 profissionais de cada área citada.

Em consonância com o objetivo definido para a realização do trabalho e embasado na perspectiva teórica proposta, buscou-se primeiramente compreender as características do MEI boa-vistense. Para isso uma entrevista realizada relacionou questionamentos que pudessem trazer à tona essas características. Logo, a pergunta inicial foi sobre o que cada entrevistado, independentemente de seu cargo ou função, entendia pelo foco macro do trabalho.

Com as respostas foi possível perceber que todos eles percebiam o tema tal como a abordagem teórica empregada neste estudo, especialmente como observado por Lopes *et al.* (2014) e a Lei Complementar nº128/2008 com suas alterações.

Ainda segundo os entrevistados, o MEI geralmente trabalha em atividades em que o valor da movimentação financeira é pequena, quando comparada às outras modalidades de empresa, sejam vendedores ambulantes, pequenos salões de beleza, etc. O MEI ou quem está





em busca de se formalizar busca esse enquadramento visando aos benefícios àqueles empresários que estão em legalidade, sendo que na informalidade não se obtém nenhum destes benefícios. O quinto entrevistado, sendo um MEI formalizado, destacou que atuar como MEI é também uma forma de “realizar o sonho do negócio próprio”.

O oitavo entrevistado, um MEI formalizado e atuante no ramo de serviços de mecânica há 3 anos, ressaltou que a modalidade de MEI veio para tirar o empreendedor da informalidade e lhe dar uma segurança futura em relação aos benefícios que o mesmo goza, como por exemplo, a aposentadoria, tendo em vista que um empreendedor informal não faz o recolhimento necessário, logo não usufrui de tal direito. Além do mais, a alíquota de recolhimento ao INSS para o MEI é diferenciada, pois a mesma tem um valor reduzido, sendo mais vantajosa quando comparada com as demais modalidades. O entrevistado afirmou ainda que o MEI pode aproveitar do direito ao salário-maternidade, auxílio-reclusão, auxílio-doença e pensão por morte.

Após a pergunta inicial, foi questionado quais as características que o Microempreendedor Individual de Boa vista possui, ficando os entrevistados livres para definir essas características. O que se buscou foi identificar a visão dos entrevistados em relação as características dos MEIs boa-vistenses de maneira espontânea.

Uma característica apontada como existente ao MEI boa-vistense é que geralmente as pessoas se tornam microempreendedores individuais ao perder o seu emprego atual, ou seja, em 08 entrevistas ficou claro que as pessoas se tornam MEIs por necessidade e não por oportunidades, tal posicionamento é amplamente debatido nas abordagens de Dornelas (2014) quando o mesmo define que muitos se tornam empreendedores não por possuírem qualidades, habilidades ou oportunidades para tal, mas sim, por buscarem sua subsistência.

O sétimo entrevistado, MEI formalizado e atuante no ramo de comércio, destacou que mesmo com pouco recurso o MEI persiste no empreendimento, pois este acaba se tornando seu único meio para garantir sua subsistência e de sua família.

Em observação as características apontadas de forma espontânea para o MEI de Boa Vista, têm-se de forma crescente o empreendimento por necessidade; a busca por reconhecimento legal; a persistência; o conservadorismo, pois o mesmo não apresenta como característica dominante a inovação, inclusive, conforme os entrevistados, evita-se a inovação, visto tamanho grau de conservadorismo.

Há ainda, conforme os entrevistados, casos em que o próprio MEI evita o crescimento do empreendimento para não perder algumas vantagens, não olhando tanto para a possibilidade de maior faturamento e maior lucro.

Sequencialmente foram apresentadas características atitudinais referentes aos MEIs boa-vistenses e foi questionado a eles se essas características representavam ou não as características essenciais desses profissionais em Boa Vista, Roraima.

O primeiro item trata-se de assumir os riscos calculados pertinentes à atividade empreendedora, como descrito no quadro 1 da página sete, em sua totalidade todos os entrevistados afirmaram que a assunção de riscos calculados torna-se a primeira linha de estratégia para a boa manutenção do MEI, sendo portanto uma característica de total importância.

Entretanto, seis entrevistados em suas justificativas concluíram que, por mais que seja de total necessidade, o MEI boa-vistense não é um planejador, com isso a assunção de riscos calculados torna-se precária, ou inexistente, como observado pelo entrevistado sete, onde explanou que há a assunção de riscos, porém nem sempre eles são calculados.

O MEI entra no empreendedorismo com a ideia que há total facilidade no negócio, como discorreu o entrevistado dez “acaba se esquecendo que como formalizado, a partir daquele momento deverá assumir várias obrigações, sejam fiscais, trabalhistas etc. E essa falta



de cálculo de riscos atinge fortemente os referidos empreendedores quando do término do prazo estipulado em lei para a total regularização do negócio”

Sobretudo, um dos entrevistados, sob a categoria contadores, ressaltou a importância desse item, porém não o classificou como essencial, justificando o fato ao afirmar que o MEI, geralmente, é iniciado por necessidade, logo não há um nível de conhecimento aprofundado sobre o próprio negócio, a persistência, para ele, é mais importante, pois esta que manterá o MEI no mercado de trabalho.

Como observado na perspectiva teórica empregada, o planejamento, seja a curto ou a longo prazo é essencial à boa manutenção da empresa, (Chiavenato, 2003). O planejamento a longo prazo é inerente a grandes projetos. O curto prazo, então, devido ao valor financeiro movimentado e a forma em que se auto promove o MEI, seria a estratégia mínima requerida à criação de um projeto, fato apontado pelo entrevistado onze, ao ser questionado sobre a essencialidade do planejamento.

Essa foi a segunda característica abordada no estudo, e assim como a assunção de riscos calculados, o planejamento torna-se a primeira etapa para um “bom” empreendimento, visto que sem ele pequenos imprevistos que podiam ser contornados podem acabar tornando-se grandes problemas (Chiavenato, 2003). Neste quesito todos os entrevistados foram unânimes na necessidade e essencialidade deste item.

Sobre o planejamento, afirma um entrevistado sob a categoria de analista do SEBRAE que é, “de vital importância a junção da detecção de oportunidades e a assunção de riscos, pois neste cenário há uma maior chance de sucesso no negócio”. Contudo, ao discorrerem sobre a essencialidade do planejamento, entrevistados sob a categoria de contadores e analistas do SEBRAE afirmaram que o mesmo ocorre de forma ínfima por parte dos MEIs de Boa Vista, segundo os mesmos, não é uma característica dos MEIs de Boa Vista o planejamento, o que, para eles, é, também, péssimo para a economia local, e que tal atitude explicaria a quantidade de fechamentos de MEIs nos últimos anos.

Em seguida foi questionado se a detecção de oportunidades é uma característica essencial aos MEIs de Boa Vista. Nesse questionamento mais uma vez houve unanimidade da essencialidade deste quesito, visto que, para os analistas do SEBRAE, a detecção de oportunidades é o primeiro passo, ao lado do planejamento, para que o empreendimento tenha possibilidade de sucesso, e que um negócio começado por uma boa ideia tem mais chances de “dar certo, do que ser mais do mesmo”, tal como frisado por um entrevistado sob a categoria contador.

Discorrendo sobre essa característica a opinião dos entrevistados divergem a respeito da detecção de oportunidades ser uma característica predominante no MEI de Boa Vista. Dois analistas do SEBRAE definiram que a detecção de oportunidade é inerente ao MEI, pois este ao ver uma oportunidade, pode abrir seu negócio ou até mesmo mudar o ramo do negócio.

Neste cenário, nota-se ainda que há a possibilidade de uma guinada total na forma de oferta de serviços de um MEI de Boa Vista, caso haja uma oportunidade à vista, como destacou o entrevistado dois “muitas vezes ao detectar uma oportunidade o MEI boa-vistense vem ao SEBRAE para se formalizar, pois em muitas situações, como em licitações, há necessidade de que o prestador de serviços esteja formalizado perante a legislação, fisco etc. Sendo assim, o MEI, inclusive, pode se deslocar até para cidades do interior roraimense em busca de uma oportunidade”.

Ademais, nota-se das afirmações colhidas que o MEI de Boa Vista pode detectar oportunidades, mesmo que sejam pequenas e distantes, uma vez que outro entrevistado apontou que a detecção de oportunidades é essencial, especialmente quando observado o momento econômico brasileiro, que traz mudanças, estas que podem ser vistas como oportunidades.



Por outro lado, observou-se nas respostas obtidas dos entrevistados que a detecção de oportunidades pelo seguimento de MEI em Boa vista, nem sempre ocorre com a frequência esperada, de modo que o MEI, na definição dessa parcela, não se formaliza ou busca se formalizar por detectar uma oportunidade de negócios e sim por necessidade e que ao se ver desempregado ou em situações que demandem uma decisão que interfira positivamente na sua subsistência busca o MEI, posto a facilidade de sua formalização.

O próximo questionamento discorreu sobre a persistência, neste caso houve unanimidade, em que foi afirmado que o MEI é persistente e essa característica é essencial. Os entrevistados afirmaram que muitos trabalham arduamente, despendem seus recursos físicos, monetários e emocionais em busca do sucesso comercial mesmo que isso lhes custe afastamento da família ou amigos, visto que há quem trabalhe todos os dias da semana.

Por vezes, o MEI investe em vários ramos de atividades até prosperar em alguma, informou o sétimo entrevistado. Diferente dos três questionamentos iniciais, este independe de planejamento, oportunidade ou assumir riscos, muitas vezes, segundo os próprios entrevistados “persistir é a única saída, visto que a subsistência do MEI e de sua família estão em jogo”. Tal definição vinculada à persistência do MEI, segue a abordagem empregada por Dornelas (2014) e Hisrich *et al.* (2014) aplicada neste estudo.

Para os entrevistados, em consonância com Longnecker, Moore e Petty (1997), os empreendedores já não podem ser vistos somente como provedores de mercadorias e serviços, em vez disso, eles são vistos como impulsionadores, ou seja, eles impulsionam os colaboradores e o empreendimento. E para tanto, de forma contemporânea, passaram a utilizar das redes sociais, redes de contatos e outras formas virtuais para atingir o público alvo.

Para os entrevistados o uso das redes sociais e outras formas para se abordar o cliente é importante. Para eles, “por se tratar de marketing barato, o MEI deve buscar cada vez mais este uso e interação”. Um analista do SEBRAE entrevistado informou que é comum observar MEIs utilizando-se largamente das redes sociais, especialmente aquelas que oferecem facilidade para anúncios e contato com os clientes.

Para um entrevistado da categoria contador, o uso de redes sociais é vital na atualidade, e que dependendo do seu ramo, a não utilização é sinal de perda de clientes, contudo ela ressalta que, por mais que haja essa orientação à exposição dos produtos dos MEI nas redes sociais, o uso ainda encontra-se abaixo do esperado.

Notadamente, há quem ainda faça seu *networking* de forma conservadora. Corroborando a explanação do contador, um entrevistado que é MEI, diz não fazer uso de qualquer rede social, para ele “tratar bem os clientes e ter um bom produto é sinal que voltarão ao meu comércio, sendo assim a forma de socialização é feita cara a cara”. Não muito diferente do que fora apontado por outro entrevistado da categoria contador, ele adiciona que o uso dessas ferramentas é importante, mas não essencial, dependendo para tanto, do ramo do negócio, a rede social deve ser usada para dar suporte ao bom produto.

A última característica abordada no estudo foi a inovação, sendo que para todos os entrevistados a inovação é essencial, pois ela é na maioria das vezes a diferença para um grande sucesso. Dornelas (2015), afirma que o empreendedor não é estático, não fica à espera de uma ideia ou inovação que mudará tudo, ele é proativo e está sempre em busca de oportunidades. Tal abordagem empregada neste estudo é ratificada pelos entrevistados ao assumirem a essencialidade da inovação.

Para um dos contadores entrevistados, o brasileiro é inovador, está sempre a um passo de trazer coisas novas, ainda mais quando em períodos de crise financeira, e neste contexto, um MEI entrevistado corrobora com essa visão ao afirmar que todos estão sempre à procura de uma inovação para se ter o sucesso almejado.

Entretanto, tais observações formam um contrassenso quando observado a maioria dos respondentes sob as categorias de contadores e analistas do SEBRAE, para eles esse



elemento, infelizmente, não é característico do MEI boa-vistense, os entrevistados informam que quando as pessoas decidem se tornar MEI elas buscam atividades e formas de executar essas atividades que sejam familiares a eles, um destes entrevistados afirmou que “os MEIs fazem aquilo que sabem fazer, por exemplo, se ele trabalhava em um salão de beleza, ao sair de lá irá, na maioria das vezes, montar seu próprio salão, com pouquíssimas diferenças do local anterior de trabalho”.

Após os entrevistados serem questionados sobre as características abordadas, foi perguntado aos mesmos sobre a necessidade de inclusão de outras características que não houvessem sido abordadas. Destaca-se na Figura 3 as características e justificativas apresentadas pelos entrevistados, entretanto cabe comentar que alguns entrevistados entenderam que não haviam características para serem adicionadas.

Foram apresentadas ainda algumas características que já haviam sido citadas no referencial teórico, mas com outra denominação como o caso da perseverança, tratada neste estudo como a persistência, sendo neste caso incorporada às abordagens já utilizadas.

Outros elementos também foram sugeridos pelos entrevistados, contudo não foram inseridos na análise em proposição, uma vez que não se tratavam de características atitudinais do MEI, como no caso do elemento marketing pessoal apontado como importante pelos entrevistados, dado que para eles, o cliente pode declinar de uma compra até mesmo pela aparência do vendedor, porém tal sugestão não cabe no escopo desta pesquisa ao considerar que tal elemento faz parte de um conjunto de competências a serem desenvolvidas pelos MEIs, e não exatamente uma característica que os mesmos devam possuir.

Em outro caso foi sugerido o elemento assessoria contábil e conhecimento financeiro pelos entrevistados, contudo, por não serem considerados um caso atitudinal, preferiu-se não inserir junto aos elementos abordados no estudo.

CARACTERÍSTICA	JUSTIFICATIVA
Determinação	A determinação é essencial para enfrentar problemas e trazer resultados competitivos ao mercado, a falta de motivação é prejudicial ao MEI.
Audácia	O MEI precisa compreender que este enquadramento é temporário, que é como um começo de um projeto, e que, logo que possível deve alçar voos maiores, caso a empresa suporte.
Busca por informações	Um MEI com informações tempestivas pode fazer uso para benefício do negócio próprio, a falta de informações pode acarretar vários problemas como, por exemplo: falta de pagamento de tributos, contribuições sociais, adição de funcionários além do permitido e outras situações que poderiam ser evitadas com uma boa busca por informações.

**Figura 3. Características do MEI adicionais às apresentadas como essenciais.**

Fonte: Os autores (2018).

Por fim, solicitou-se aos entrevistados que ordenassem as características citadas por ordem decrescente de importância, de 6 (seis) a 1 (um), em que o número mais alto seja o mais importante e o número menor o menos importante. Tal solicitação foi feita para verificar uma possível relação de importância entre as características abordadas.

Quatro dos entrevistados classificaram a característica “detecção oportunidades” com numeral 6, sendo o mais importante dos elementos, pois muitas vezes é a partir daí que o negócio tem início. Em seguida, sete dos entrevistados classificaram a característica “planejamento” com numeral 5, sendo ao lado da detecção de oportunidades os mais importantes. Primeiro detecta-se a oportunidade e logo em seguida faz-se o planejamento



baseado na oportunidade detectada. Cinco dos entrevistados classificaram a “persistência” com número 4, tendo um grau de importância alto.

Em seguida a característica “assumir riscos calculados” foi classificada por três dos entrevistados com numeral 3, considerado o grau de importância mediano. Já a característica “inovação” foi considerada por quatro entrevistados como tendo um grau de importância de nível baixo, obtendo nota 2. E por fim, a característica “sociabilidade” foi considerada a menos importante entre as apresentadas, tendo recebido número 1 por seis dos entrevistados.

A tabela 1 apresenta os graus de importância das características elencadas neste estudo.

Tabela 1:

**Grau de importância das características elencadas.**

Características	Grau de importância
Detecção de oportunidades	6
Planejamento	5
Persistência	4
Assunção de riscos calculados	3
Inovação	2
Sociabilidade	1

Fonte: Os autores (2018).

## 5 Considerações Finais

É notório que a quantidade de trabalhadores informais vem crescendo anualmente em diversos ramos organizacionais, abrindo a possibilidade de a população empreender e ter seu próprio negócio. A Lei Complementar nº 128/2008 foi criada em vias de amparar esses trabalhadores, garantindo direitos que até então não lhes eram assegurados, com isso, percebeu-se que a modalidade de MEI tem ganhado mais espaço no mercado e juntamente a isso, maior notoriedade em relação à busca ao perfil de seus usuários.

Por conseguinte, o objetivo dessa pesquisa que foi de analisar as características essenciais do microempreendedor individual do município de Boa Vista, Roraima, foi atendido uma vez que foi possível apresentar um quadro com elementos oriundos da teoria e da prática relacionados as características mencionadas.

Desta forma, através do conteúdo apresentado no referencial teórico, foi elaborado um instrumento de pesquisa para obtenção de dados. De acordo com os dados levantados, percebeu-se que a presença de tais características são essenciais aos MEIs de Boa Vista. Constatou-se, ainda, o aumento nas chances do empreendimento ter sucesso caso o MEI detenha tais características.

Dessa maneira, as características essenciais para o MEI elencadas são: assunção de riscos calculados, planejamento, detecção de oportunidades, persistência, sociabilidade e inovação. Além das características especificadas no referencial, os entrevistados sugeriram outras características, sendo elas: determinação, audácia e a busca por informações relativas ao MEI. Essas compõem as características essenciais ao MEI boa-vistense, que resultam deste trabalho.

Entretanto, apesar de ser possível destacar a importância das mesmas para os microempreendedores, observou-se, também, que muitos têm problemas para lidarem com



essas questões, ou ainda, para desenvolverem características que supram as necessidades vinculadas. Isso acontece, principalmente, pelo fato da maioria buscar rapidez na criação da empresa, pulando assim, algumas etapas importantes para o seu negócio como, por exemplo, o planejamento e a assunção de riscos calculados.

Outra dificuldade identificada é o medo de crescer, pois na visão do MEI, o crescimento da empresa acarretará a saída do enquadramento, ocorrendo, então, o pagamento de mais impostos e outras despesas inexistentes ao MEI.

A pesquisa não buscava exaurir o tema tão complexo, especialmente por lidar com um universo tão vasto como o relacionado ao empreendedorismo, contudo, as características essenciais apresentadas neste trabalho sobre os MEIs de Boa Vista, podem refletir também algumas características necessárias dos empreendedores de outras modalidades ou enquadramentos de empresa, ampliando as contribuições propostas no estudo.

Ademais, por ser uma pesquisa qualitativa e tendo como objeto as características essenciais aos MEIs boa-vistenses e não o MEI em geral, não se permite a extrapolação dos resultados. Portanto, para estudos futuros sugere-se que esta pesquisa seja desenvolvida utilizando o método quantitativo com o objetivo de verificar se a estrutura de análise proposta se aplica aos MEIs de Boa Vista-RR de forma mais ampla. Sugere-se, também, a reaplicação de uma pesquisa qualitativa em outros municípios do Estado de Roraima, para que seja possível verificar se existem divergências entre os resultados em contextos diferentes daqueles abordados neste estudo.

### Referências Bibliográficas

Audretsch, D. B., & Feldman, M. (1996). R&D spillovers and the geography of innovation and production. Disponível em: <<https://goo.gl/imoJzo>>. Acesso em 16 de janeiro de 2018.

Brasil. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em: 04 de abril de 2018.

\_\_\_\_\_. Lei Complementar N° 123/2006, de 14 de dezembro de 2006. Institui o estatuto nacional da microempresa e da empresa de pequeno porte e dá outras providências. 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 02 de março de 2018.

\_\_\_\_\_. Lei Complementar N° 128/2008, de 19 de dezembro de 2008. Dispõe sobre os MEIs. 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 02 de Fevereiro de 2018.

\_\_\_\_\_. Lei Complementar N° 139, de 10 de novembro de 2011. Altera dispositivos da Lei Complementar n° 123, de 14 de dezembro de 2006, e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/lcp/Lcp139.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/lcp/Lcp139.htm)>. Acesso em 05 de fevereiro de 2018.

Chiavenato, I. (2003). Introdução à teoria geral da administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações (7ª ed.). Rio de Janeiro: Elsevier.

Cunningham, J. B., & Lischeron, J. (1991). Defining entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, vol. 29, p. 45-61.

Dornelas, J. C. (2014). Empreendedorismo: transformando ideias em negócios (5ª ed.). Rio de Janeiro: Empreende/ LTC.



- \_\_\_\_\_. (2015). Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa (3ª ed.). Rio de Janeiro: LTC.
- Drucker, P. F. (1986). Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): práticas e princípios. São Paulo: Thompson/Pioneira.
- Filion, L. J. (2000). Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-75902000000300013](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902000000300013)>. Acesso em 14 de Janeiro de 2018.
- Flick, U. (2013). Introdução à metodologia de pesquisa: um guia para iniciantes (1ª ed.). Porto Alegre: Penso.
- Gil, A. C. (2010). Como elaborar projetos de pesquisa (5ª ed.). São Paulo: Atlas.
- \_\_\_\_\_. (2010). Métodos e técnicas de pesquisa social (6ª ed.). São Paulo: Atlas.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2013). Empreendedorismo no Brasil. Curitiba: IBQP.
- Hashimoto, M. (2006). Espírito empreendedor nas organizações: Aumentando a competitividade através do intraempreendedorismo. São Paulo: Saraiva.
- Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (2004). Empreendedorismo (5ª ed.). Porto Alegre: Bookman.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2009). Empreendedorismo (7ª ed.). Porto Alegre: Bookman.
- \_\_\_\_\_. (2014). Empreendedorismo (9ª ed.). Porto Alegre: AMGH.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. (2008). Índice de trabalho e rendimento/economia informal urbana. Disponível em: <[ftp://ftp.ibge.gov.br/Trabalho\\_e\\_Rendimento/Economia\\_Informal\\_Urbana/2003/Brasil/](ftp://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Economia_Informal_Urbana/2003/Brasil/)>. Acesso em 03 de Janeiro de 2018.
- Julião, F., Leone, R. J. G., & Veiga Neto, A. R. (2014). Fatores determinantes da satisfação de usuários do programa microempreendedor individual. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/31150>>. Acesso em 15 de janeiro de 2018.
- Leite, F. T. (2008). Metodologia científica: métodos e técnicas de pesquisa: monografias, dissertações, teses e livros (2ª ed.). São Paulo: Ideias e Letras.
- Longenecker, J. G., Moore, C. W., & Petty, J. W. (1997). Administração de pequenas empresas: ênfase na gerencia empresarial. São Paulo: Makron Books.
- Lopes, L. C., Siqueira, K. P. S., Vieira, E. M. M., & Freitas, M. A. L. (2014). Adoção de práticas de controles financeiros e não financeiros por microempreendedores individuais. Disponível em: <<https://goo.gl/rUUh7H>>. Acesso em 12 de Janeiro de 2018.
- Maloney, W. F. (1999). Does informality imply segmentation in urban labor markets? Evidence from sectoral transitions in Mexico. Disponível em: <<https://goo.gl/L7Np7f>>. Acesso em 08 de Janeiro de 2018.
- Markman, G. D., & Baron, R. A. (2003). Person-entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1053482203000184>>. Acesso em 12 de Janeiro de 2018.



Mccarthy, B. (2003). The impact of the entrepreneur's personality on the strategy-formation and planning process in SME. Disponível em: <<https://goo.gl/tKEDuX>>. Acesso em 10 de Janeiro de 2018.

Oliveira, F. (2005). Crítica à razão dualista: o ornitorrinco. São Paulo: Boitempo.

Oreiro, J. L. (2017). A grande recessão brasileira: diagnóstico e uma agenda de política econômica. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-40142017000100075](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142017000100075)>. Acesso em 13 de Janeiro de 2018.

Portugal, N. S., Silva, S. S., Portugal Júnior, P. S. & Alves, A. F. (2017). Microempreendedores individuais: um estudo sobre suas ações e percepções frente às exigências do desenvolvimento sustentável. Disponível em: <<https://goo.gl/j9mq1t>>. Acesso em 12 de Janeiro de 2018.

Receita Federal do Brasil. (2018). Relatórios estatísticos. Disponível em: <<http://www2.receita.fazenda.gov.br/inscricaoemi/private/pages/relatorios/opcoesRelatorio.jsf#>>. Acesso em 30 de Junho de 2018.

Reynolds, P. D., Storey, D. J., & Westhead, P. (1994). Cross national comparison of the variation on the new firm formation rates. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00343409412331348386>>. Acesso em 12 de Janeiro de 2018.

Schmidt, S., & Bohnenberger, M. C. (2009). Perfil empreendedor e desempenho organizacional. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-6552009000300007&script=sci\\_abstract&tlng=es](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-6552009000300007&script=sci_abstract&tlng=es)>. Acesso em 03 de Março de 2018.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE. (2016). Perfil do microempreendedor individual 2015. Disponível em: <<http://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2017/03/Perfil-do-Microempreendedor-Individual-2015-Final.pdf>>. Acesso em 03 de Abril de 2018.

\_\_\_\_\_. (2017). Pesquisa MEI 2017. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/SEBRAE-SP%20-%20MEI%202017%20-%20Relatorio%20Final-Imprensa.pdf>>. Acesso em 03 de Abril de 2018.

\_\_\_\_\_. (2018). Perfil do MEI. Disponível em: <<http://datasebrae.com.br/perfil-do-microempreendedor-individual/#infografico>>. Acesso em 03 de Abril de 2018.

Silva, A. B., Lopes, J. E. G., Ribeiro Filho, J. F., & Pederneiras, M. M. M. (2010). Um estudo sobre a percepção dos empreendedores individuais da cidade de Recife quanto à adesão a Lei do micro empreendedor individual (Lei MEI - 128/08). Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/5880/um-estudo-sobre-a-percepcao-dos-empreendedores--->>. Acesso em 18 de Fevereiro de 2018.

Soares, M. A. T. (2008). Trabalho informal: da funcionalidade à subsunção ao capital. Vitória da Conquista, BA: Editora da UESB.

Souza, E. C. L., Souza, C. C. L., Assis, S. A. G., & Zerbini, T. (2004). Métodos e técnicas de ensino e recursos didáticos para o ensino do empreendedorismo em IES brasileiras. Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Curitiba, PR, Brasil, 28.