ANÁLISE DAS PRÁTICAS DE AUTOGESTÃO DE MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS (MEIs)[1]

Larissa de Oliveira Telles[2]
Professor Me. Luiz Fernando Costa Neves[3]

RESUMO

O Microempreendedor Individual (MEI), regulamentado pela Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008, é o modelo empresarial mais utilizado no Brasil. Entretanto, 29% das pequenas empresas no país encerram após 5 anos de sua constituição, segundo levantamento do Sebrae (2023). Diante disso, o objetivo principal do presente estudo é conhecer as práticas de autogestão adotadas por MEIs atuantes em Taquara/RS, analisando a efetividade para cada negócio. Para tanto, a metodologia adotada possui caráter descritivo, utilizando-se abordagem qualitativa e quantitativa, pesquisa bibliográfica e levantamento *Survey,* com elaboração de questionário *on-line* composto de 14 questões. A pesquisa ocorreu com o apoio da Sala do Empreendedor Sebrae de Taquara/RS, divulgando de forma *on-line* o questionário aos MEIs atuantes na cidade. Os resultados demonstraram que, embora os MEIs de Taquara/RS possuam, no geral, uma autogestão adequada, considerando-se a capacitação técnica e experiência de mercado, para maior competitividade empresarial, faz-se importante esses profissionais investirem em suas qualificações, buscando o aprimoramento das ferramentas de gestão, e também a contratação de serviços especializados em contabilidade e *marketing*, visto que são áreas essenciais para o sucesso de qualquer negócio.

Palavras-chave: Microempreendedor Individual; Autogestão; Ferramentas de gestão.

ABSTRACT

The Individual Microentrepreneur (MEI), regulated by Complementary Law No. 128, of December 19, 2008, is the most used business model in Brazil. However, 29% of small businesses in the country close after 5 years of their incorporation, according to a survey by Sebrae (2023). Therefore, the main objective of this study is to understand the self-management practices required by MEIs operating in Taquara/RS, analyzing the effectiveness for each business. To this end, the methodology requires a descriptive nature, using a qualitative and quantitative approach, bibliographical research and Survey research, with the preparation of an online questionnaire consisting of 14 questions. A survey took place with the support of Sala do Empreendedor Sebrae de Taquara/RS, disseminating the questionnaire online to MEIs

---

[1] Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração. Data da submissão: 17 dez. 2024.

[2] Acadêmica do curso de Administração das Faculdades Integradas de Taquara - Faccat/RS. *E-mail*: larissatelles@sou.faccat.br.

[3] Professor orientador das Faculdades Integradas de Taquara - Faccat/RS. *E-mail*: fneves@faccat.br

operating in the city. The results demonstrated that, although the MEIs of Taquara/RS had, in general, adequate self-management, considering technical training and market experience, for greater business competitiveness, it is important that these professionals invest in their qualifications, seeking o the improvement of management tools, and also the hiring of specialized accounting and marketing services, which are essential areas for the success of any business.

Keywords: Individual Microentrepreneur; Self-management; Management tools.

1 INTRODUÇÃO

O Microempreendedor Individual (MEI), regulamentado pela Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008, como medida criada para formalizar o trabalho autônomo, é o modelo empresarial mais utilizado no país. No entanto, ao mesmo tempo em que os MEIs crescem no mercado, eles representam a maior taxa de mortalidade entre pequenos negócios, sendo que 29% encerram após cinco anos de sua constituição (SEBRAE, 2023). Como fator principal dessa ocorrência, destacam-se falhas de gestão, que envolvem falta de planejamento, de informação e de capacitação.

Neste contexto, o tema escolhido para o presente estudo é: Análise das práticas de autogestão de Microempreendedores Individuais (MEIs). Já a delimitação é: Análise das práticas de autogestão adotadas por Microempreendedores Individuais (MEIs) participativos da Sala do Empreendedor Sebrae de Taquara/RS, no ano de 2024.

O problema levantado é: De que forma os MEIs atuantes em Taquara/RS desempenham a gestão de suas empresas por conta própria, desde suas funções primordiais até as secundárias, como finanças, marketing e contabilidade?

A pesquisa justifica-se pelo interesse em conhecer os MEIs da região, buscando identificar o seu perfil, suas necessidades e entender de qual forma esses profissionais atuam em seus negócios de forma individual, desempenhando desde suas atividades principais até as atividades secundárias, como finanças, *marketing* e contabilidade. Sentiu-se a necessidade de descobrir se os Microempreendedores possuem conhecimento acerca de práticas de gestão e se aplicam ferramentas que contribuem para o sucesso empresarial.

Como contribuição acadêmica, este estudo justifica-se pelo fato de que poucos trabalhos científicos na temática abordada foram identificados, acreditando-se,

portanto, haver a necessidade de um olhar aprofundado sobre os MEIs. E, como contribuição social, esta pesquisa se propõe a evidenciar o quão importante é a busca constante pelo conhecimento, pelo aprimoramento e pela aplicação de técnicas gerenciais para a administração de qualquer negócio, seja ele de grande, médio ou pequeno porte.

O objetivo geral do estudo é conhecer as práticas de autogestão adotadas por Microempreendedores Individuais (MEIs) atuantes em Taquara/RS, analisando a efetividade para cada negócio. Já os objetivos específicos pretendem: (a) verificar e analisar dados sobre os MEIs participativos da Sala do Empreendedor Sebrae de Taquara/RS, a fim de traçar o seu perfil; (b) entender as necessidades dos MEIs participantes; (c) entender de que forma esses Microempreendedores desempenham a gestão de seu negócio; (d) perceber o nível de conhecimento de autogestão dos MEIs; (e) verificar se os Microempreendedores utilizam de ferramentas de gestão; (f) Propor ferramentas para uma autogestão eficaz, a fim de favorecer o crescimento empresarial.

Para tanto, a metodologia adotada possui caráter descritivo, abordagem qualitativa e quantitativa, pesquisa bibliográfica e levantamento *Survey,* com elaboração de questionário *on-line* direcionado aos MEIs participativos da Sala do Empreendedor Sebrae de Taquara/RS.

Por fim, observa-se que o presente estudo está estruturado nas seguintes seções, respectivamente: Resumo; Introdução; Fundamentação Teórica; Metodologia; Apresentação e Análise dos Dados; Considerações Finais e Referências.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A seguir, apresentam-se levantamentos sobre os principais conceitos relacionados à temática Microempreendedor Individual (MEI), abordando-se desde o contexto histórico das empresas no Brasil; as principais naturezas jurídicas empresariais e seus órgãos de registro; aspectos sobre o trabalhador autônomo e a informalidade; o surgimento do MEI e a sua relevância; informações sobre a mortalidade de pequenas empresas no Brasil; até a importância das estratégias de administração para a gestão de pequenas empresas.

2.1 As empresas e um breve contexto histórico

No cenário econômico atual, diversos conceitos podem ser aplicados na definição de empresa. Mas ela pode ser basicamente conceituada, segundo Fiani (2015), como uma organização de estrutura hierárquica, composta de um grupo de profissionais que utilizam de tecnologias para a produção de bens ou de serviços, objetivando a obtenção de lucro. Em outra definição, tem-se Fraporti *et al*. (2018), os quais definem empresa como uma atividade econômica que tem por objetivo produzir e incentivar a circulação de bens e serviços, sendo gerida pelo empresário, profissional que administra a empresa como sua profissão.

O conceito do que se tem hoje por empresas iniciou-se nas trocas comerciais oriundas da Idade Média, na França, especificamente nas relações de troca direta (bens por bens) entre agricultores e moradores da cidade. Esses agricultores deslocavam-se à cidade no intuito de trocar produtos alimentícios que produziam por objetos produzidos por artesãos. Havia a necessidade, de ambas as partes, dos bens trocados (WESSELS, 2010).

Ao longo dos séculos, as relações de troca de bens entre indivíduos foram evoluindo e propagando a economia. Porém, segundo o autor, as trocas passaram a ocorrer de forma indireta: bens por dinheiro, e dinheiro por bens. Os agricultores passaram a comercializar seus produtos agrícolas em troca de dinheiro, o qual seria, posteriormente, utilizado para a compra de qualquer bem de sua necessidade. Wessels (2010) conclui, então, que o dinheiro favoreceu as relações comerciais entre as pessoas de todo e qualquer lugar.

No Brasil, as atividades comerciais tiveram início no período colonial, do século XVI ao XIX. A forma encontrada pelos colonizadores para povoar definitivamente o país foi a exploração agrícola, com destaque para a produção de açúcar, algodão, café e arroz. Entretanto, a principal dificuldade estava na mão de obra escassa, o que resultou na vinda de escravos africanos para suprir a necessidade de produção (LACERDA *et al.*, 2018).

Segundo os autores supracitados, foi no período de 1875 a 1885 que começaram a ganhar força empresas de diferentes ramos de atuação, como no Nordeste, onde foram construídas 50 refinarias de açúcar, que substituíram, em parte, os negócios coloniais. Em São Paulo e no Rio de Janeiro, as refinarias representavam as principais indústrias da época.

Os autores apontam, também, que o final da escravatura, em 1888, deu início a um lento processo de mercado de trabalho assalariado no Brasil, o qual, inicialmente, não era capaz de suprir a população da época, a qual, em sua maioria, devido às escassas oportunidades de trabalho, vivia em condições de miséria extrema. Esse contexto favoreceu o surgimento de pequenas economias camponesas, em que os indivíduos, como modo de sobrevivência, passavam a trabalhar com agricultura familiar (LACERDA *et al.*, 2018).

Segundo pesquisa levantada pelo site britânico *Business Financing* (2020), a empresa mais antiga do Brasil ainda em atividade é a estatal Casa da Moeda, fundada no ano de 1694, com o objetivo de sanar a escassez de moedas, até então, vindas de Portugal.

Com o passar dos anos e a evolução do mercado, foram surgindo diversas modalidades empresariais. Com isso, houve a necessidade de aperfeiçoamento das estruturas organizacionais, tanto no que diz respeito às relações de negócio, quanto às relações humanas envolvidas (FRAPORTI *et a*l., 2018).

2.2 Naturezas jurídicas empresariais e seus órgãos de registro

As atividades empresariais do país, em sua totalidade, são regulamentadas pelo Código Civil brasileiro. Ele determina que todas as empresas devem ser devidamente registradas no órgão competente, a depender da sede da empresa em questão. As Juntas Comerciais são órgãos subordinados pelas determinações do DREI - Departamento de Registro Empresarial e Integração, e atuam de forma *online* na oferta de serviços ao cidadão (NEGRÃO, 2024).

O autor aponta também que, em paralelo às Juntas Comerciais, atua o portal *online* REDESIM - Rede Nacional para Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios, criado pelo Governo Federal através da Lei nº 11.598, de 3 de dezembro de 2007, implantado visando simplificar os procedimentos burocráticos de legalização de pessoas jurídicas, nos âmbitos estaduais e municipais. Segundo Negrão (2024), todas as Juntas Comerciais estão integradas ao REDESIM, que transmite os dados recebidos à Receita Federal.

Em síntese, toda empresa legalizada possui uma natureza jurídica ou tipo societário, registrada pela Junta Comercial ou por Cartórios de Registro Civil de Pessoa Jurídicas, e no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ), pela Receita

Federal (NEGRÃO, 2024). A natureza jurídica irá determinar a forma como será organizada a empresa e qual será a responsabilidade jurídica de seus sócios perante ela. Entre os tipos societários mais comumente adotados no Brasil, destacam-se: Empresário Individual (EI), Sociedade Limitada (LTDA) e Sociedade Anônima (SA) (FRAPORTI *et al*., 2018).

2.3 O trabalhador autônomo e a informalidade

Trabalhador autônomo é aquele que, como o nome sugere, trabalha sozinho, por conta própria. Quando atuando em conformidade com a legislação, esse profissional se enquadra na natureza jurídica Empresário Individual (EI), devendo, para isso, estar devidamente registrado em Junta Comercial e em dia com suas obrigações tributárias, ou então atuar na forma de Microempreendedor Individual (MEI), inscrito através do Portal do Empreendedor, no site governamental de registro. Todavia, o que ocorre, em larga escala, no Brasil, é a situação de associação do trabalho autônomo com a informalidade. (FRAPORTI *et al.*, 2018).

Para Krein e Proni (2010), pode-se a relacionar o conceito de informalidade com o descumprimento das leis trabalhistas, seja pelo não pagamento de tributos federais, municipais, ou por outros descumprimentos legais. Os autores observam que, segundo a Organização Internacional do Trabalho (OIT), a economia informal envolve qualquer trabalhador que exerça atividades de forma autônoma, não possuindo carteira de trabalho e, consequentemente, não sendo contribuinte da Previdência Social.

Neri e Fontes (2010) apontam que a informalidade possui relação com os crescentes encargos fiscais impostos pelo governo, sem que os devidos retornos, na forma de benefícios sociais, sejam revertidos à sociedade. Os autores explicam que, ao longo dos últimos anos, houve um progressivo aumento da carga tributária, sem ser percebido o aumento correspondente na qualidade dos serviços oferecidos pelo governo, como nas áreas de saúde, segurança e educação. Isso acaba gerando insatisfação por parte dos cidadãos, levando uma parcela desses a burlar o sistema tributário através do trabalho informal.

Corroborando com essa ideia, a burocracia excessiva exigida e os elevados impostos necessários para se estar em regularidade fiscal, aliados à deficiência do mercado em absorver toda a mão de obra existente, fazem com que grande parcela

dos profissionais brasileiros sobreviva na informalidade (NERI; FONTES, 2010). Os autores estimam que, apesar do aumento da formalização de empresas, a informalidade ainda pode ser considerada extremamente alta.

Ademais, Fraporti *et al.* (2018) apontam que a legalização de toda e qualquer empresa, além de obrigatória, é essencial. Ela visa oferecer ao trabalhador a garantia de proteção social e acesso aos direitos básicos do trabalho assegurados pela Constituição Federal e pela CLT (KREIN; PRONI, 2010). Segundo eles, um indivíduo não formalizado corresponde à exclusão de direitos trabalhistas como férias, 13º salário, FGTS, licença-maternidade e auxílio-doença; impossibilidade de seguro desemprego e exclusão de ofertas de crédito.

2.4 O Microempreendedor Individual – MEI

Para Dornelas (2023), empreendedor é o indivíduo que transforma novas ideias em ações, assumindo riscos e visando o sucesso. Segundo o autor, a essência do empreendedor está na busca incessante por fazer algo diferente, utilizando recursos com criatividade, assumindo riscos, encontrando oportunidades e promovendo a inovação.

A figura do Microempreendedor Individual (MEI) surgiu com o intuito de formalizar, simplificadamente, os trabalhadores autônomos informais brasileiros que, até então, exerciam suas atividades empresariais sem nenhuma segurança jurídica ou amparo legal. Ele foi instaurado pela Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008, sendo, atualmente, o modelo empresarial mais utilizado no Brasil, representando 73,4% do total de empresas formais ativas no país (SEBRAE, 2023).

De acordo com informações do site Portal do Empreendedor - Empresas e Negócios, enquadra-se como MEI todo o indivíduo cadastrado no órgão e que atua como pequeno empresário, de maneira individual. Mas, para estar habilitado à condição de MEI, é necessário o profissional atender alguns requisitos obrigatórios, sendo eles: (a) não ter sócio(a) no negócio que deseja formalizar; (b) não ter participação em outra empresa como empresário, sócio e/ou administrador; (c) não poder ter filiais no CNPJ; (d) permissão para ter, no máximo, um empregado(a) e, se houver, receberá no máximo de um salário mínimo ou o piso da categoria; (e) exercer apenas atividades econômicas permitidas ao MEI, previstas no Anexo XI, da Resolução CGSN nº 140, de 2018; (f) não poderá ser Servidor Público Federal em

atividade; (g) respeitar o máximo previsto como faturamento anual, de R$ 81 mil (Lei Complementar 123/2006).

No entanto, apesar de haver restrições para se aderir ao MEI, a formalização traz também benefícios, sendo os principais apontados no Portal do Empreendedor: (a) obtenção do Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ); (b) ausência de taxas para se registrar no MEI; (c) tributação para pagamento com valores mensais fixos e reduzidos em relação às demais naturezas jurídicas; (d) possibilidade de início imediato das atividades após o registro; (e) possibilidade emissão de notas fiscais eletrônicas; (f) maior poder de negociação com fornecedores; (g) maior acesso a serviços financeiros, oferecidos para conta bancária jurídica; (h) possibilidade de relações comerciais com empresas e com o governo; (i) tributação recolhida através de guia unificada mensal, que é o Documento de Arrecadação do Simples Nacional do MEI (DAS - MEI).

No que tange ao apoio e à capacitação dos Microempreendedores, o Sebrae - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas-, desempenha um papel relevante. A entidade privada, sem fins lucrativos, criada em 1972, tem como propósito estimular o empreendedorismo e o desenvolvimento dos pequenos empreendimentos. Ele se mantém através de recursos provenientes de impostos sobre o trabalho (encargos sociais) pagos pelas empresas (SALIM; SILVA, 2010). Além disso, a entidade atua em parceria com as prefeituras municipais, de modo que diversas cidades do Brasil possuem as denominadas Salas do Empreendedor, locais de atendimento presencial dedicados aos pequenos empresários e MEIs, contando com profissionais capacitados para auxiliar nos processos empresariais (SEBRAE, 2016).

Segundo estatísticas levantadas pelo Portal do Empreendedor, existe um total de 15.703.786 Microempreendedores Individuais ativos no Brasil. Além disso, segundo pesquisa do Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte - MEMP (2024), o ano de 2023 foi finalizado com um total de 20.798.291 empresas ativas, considerando matrizes, filiais e MEIs. Do total de 1.714.847 empresas constituídas no país em 2023, os MEIs dominam, representando 73,6% dessas novas empresas.

O estudo realizado pelo MEMP revelou também que, entre os MEIs, há predominância do sexo masculino, representando 54,2% do total de inscritos. No que diz respeito a esse grupo, há predominância de atuação nas atividades de obras de

alvenaria e na fabricação de artigos de carpintaria para construção, representando 95%. Já para as profissionais do sexo feminino, o estudo mostrou que 95% da atuação corresponde à fabricação de vestuário, atividades de estética e outros serviços de cuidados com a beleza. E em relação à idade, o estudo apontou que a maioria está na faixa etária entre 21 e 40 anos (51,9%), enquanto 46,8% estão acima de 40 anos, e apenas 1,3% possuem menos de 21 anos.

Por fim, correlacionando-se o conteúdo apresentado neste capítulo ao capítulo anterior, conclui-se que o MEI consiste em uma importante ferramenta de formalização empresarial simplificada, que contribui para a resolução do problema social de trabalho informal no país.

2.5 A mortalidade de pequenas empresas no Brasil

É evidente que o desenvolvimento econômico-social do país tem direta relação com o crescimento do empreendedorismo, uma vez que esse favorece a geração de trabalho, de renda e de melhores condições de vida para os cidadãos (DORNELAS, 2020).

Todavia, de acordo com Salim e Silva (2010), há fatores que dificultam a atividade empreendedora no país, sendo os principais: falta de políticas governamentais para novas empresas; baixo apoio financeiro para se abrir um negócio; baixo nível de capacitação do empreendedor; concorrência como barreira de entrada no mercado; altos custos e legislação complexa, envolvendo burocracia, impostos e lei que não diferencia o micro, pequeno e grande negócio. Os autores explicam ainda sobre os principais aspectos que levam à mortalidade prematura das empresas, sendo eles: (a) falta de capital de giro: refere-se à falta de recursos (dinheiro, crédito, estoques, etc.) necessários para possibilitar que uma empresa funcione; (b) carga tributária elevada: consiste nos tributos que o governo impõe aos contribuintes, que têm aumentado desde os anos 60, sem haver uma correspondente qualidade nos serviços públicos oferecidos à sociedade; (c) concorrência elevada: atualmente, qualquer empresa nascente enfrentará dificuldades em conquistar seu espaço no mercado, devido às concorrentes já consolidadas que dominam; (d) clientes maus pagadores: a inadimplência de clientes ocorre por dificuldades financeiras pessoais ou por má conduta do cliente; (e) local inadequado: é comum novas empresas se estabelecerem em locais de pouca visibilidade para atrair clientes,

e/ou não divulgarem corretamente o seu negócio; (f) baixa qualificação: frequentemente, empreendedores abrem seus negócios sem a devida experiência e capacitação necessárias para a gestão; (g) desconhecimento do mercado: muitas vezes, pequenos negócios são constituídos sem estudo de mercado e planejamento estratégico.

2.6 A importância das estratégias de administração para a gestão de pequenas empresas

De acordo com Belmiro *et al.* (2014), o caminho para o empreendedor iniciar no mercado é transformar oportunidades em negócios, através, em primeiro lugar, da identificação das necessidades dos clientes interligadas às suas capacidades produtivas - de produtos ou serviços – e, assim que descoberto o propósito de seu negócio, deverá definir seus custos e preços de venda. Entretanto, os autores ressaltam que, mais importante que identificar oportunidades e definir custos, é identificar os riscos para o negócio, buscando, dentro do possível, medidas para eliminá-los ou minimizá-los, facilitando assim a jornada empresarial.

Nesse contexto, através da análise do ambiente interno e externo, a empresa poderá definir a melhor forma de atingir seus objetivos (RIBEIRO, 2016). Esses ambientes são definidos por diversos fatores que influenciam as organizações e o seu funcionamento, e a relevância de cada um dependerá do ramo de atuação empresarial. Para a realização dessas análises, existem diversas ferramentas reconhecidas pelo universo científico e acadêmico (SALVADOR *et al*., 2018).

Segundo os autores supracitados, o planejamento estratégico consiste, basicamente, na aplicação de ferramentas e análises contínuas para definir estratégias de competitividade, projetando os objetivos e os resultados esperados a longo prazo pela organização. Dentre as ferramentas disponíveis, eles sugerem, para um bom planejamento estratégico inicial, a elaboração da análise *SWOT,* também conhecida por FOFA, em que, por ordem, representa-se: F - forças; O - oportunidades; F - fraquezas e; A - ameaças, consistindo em uma ferramenta de análise do ambiente interno e externo empresarial. Forças e fraquezas consistem na análise de aspectos internos da empresa, enquanto oportunidades e ameaças referem-se ao levantamento dos aspectos externos que interagem e influenciam suas atividades.

Ademais, Salvador *et al.* (2018) ressaltam sobre a importância da mensuração dos resultados das atividades exercidas para a análise de desempenho do negócio. Para isso, recomenda-se a utilização da ferramenta de gerenciamento ciclo PDCA, em que, por ordem, representa-se: P *(plan)* - planejar; D *(do)* - executar; C *(check)* - analisar e; A (*action)* - atuar.

Além da importância da aplicação de ferramentas gerenciais, para manterem-se competitivas, as empresas precisam atentar-se ao meio em que estão inseridas e aproveitar-se das oportunidades. Nesse contexto, em plena Era da Informação, na qual as redes sociais são consumidas de forma substancial, essas acabam tornando-se importantes ferramentas de comunicação, por isso hoje tanto se fala em *marketing* digital (PINTO, 2024).

O autor acima explica que é equivocado acreditar que, para trabalhar nas redes sociais, basta realizar publicações aleatórias, uma vez que é essencial promover o engajamento do público-alvo, com o objetivo de converter pessoas em novos clientes. Para isso, é necessário possuir o conhecimento específico para planejar e produzir conteúdos na medida certa, interagir, investir em anúncios, promoções, *lives,* influenciadores, impulsionamentos e tráfego pago, monitorar os resultados dos conteúdos e buscar sempre os aperfeiçoar. Com essas práticas, Pinto (2024) explica que é possível construir-se uma imagem virtual de autoridade no ramo de atuação, o que é essencial em um mercado altamente competitivo.

Além disso, Chiavenato (2022) explica que, independentemente do porte de uma organização, o sucesso da empresa dependerá, diretamente, de uma boa gestão financeira, que, por sua vez, corresponde ao gerenciamento adequado dos recursos alocados entre as áreas de produção, *marketing* e comercial. O autor também afirma que é necessário atentar-se ao caixa, processando as entradas e as saídas de dinheiro, por meio do recebimento das receitas e pagamento das despesas. É necessário haver um planejamento de caixa que permita um volume mínimo de dinheiro, capaz de honrar os compromissos da empresa no prazo, evitando que seu nível fique muito elevado ou muito baixo. Essas são dicas básicas para uma gestão financeira inicial que, a depender dos objetivos, necessidades e tamanho de uma organização, pode variar em sua estruturação e complexidade.

2.7 Estudos Precedentes

Observa-se que foram identificadas poucas pesquisas dentro da temática abordada. Todavia, a seguir, apresenta-se um estudo relacionado aos objetivos deste artigo, que contribuiu efetivamente para o embasamento teórico deste.

O artigo de Bergamo (2022) objetivou descobrir a relevância dos serviços contábeis para os MEIs do ramo do comércio do município de Gramado/RS. A pesquisa caracterizou-se como descritiva e bibliográfica, com abordagem qualitativa e quantitativa, e ocorreu por meio de aplicação de questionários *online*, direcionados aos MEIs e aos escritórios de contabilidade. Os resultados demonstraram que os microempreendedores, em sua maioria, carecem de auxílio para administrar corretamente os seus negócios, principalmente por falta de conhecimentos básicos contábeis. Com isso, o estudo evidenciou o quão indispensável é o papel do contador, para qualquer tipo de empresa.

3 METODOLOGIA

Nesta seção, aborda-se a metodologia utilizada para a realização do estudo, contemplando o tipo de pesquisa, o universo, a amostra e os procedimentos para a coleta de dados.

3.1 Tipo de pesquisa

O presente artigo adotou o método descritivo para a sua realização. Segundo Gil (2008), este tipo de pesquisa objetiva descrever características de populações ou fenômenos, sem haver inferência do pesquisador, utilizando-se, para tanto, de técnicas de coleta de dados.

Quanto à abordagem utilizada, definiu-se como mista, ou seja, qualitativa e quantitativa. Prodanov e Freitas (2013) explicam que, na pesquisa qualitativa, evidenciam-se informações subjetivas através da interpretação dos dados coletados, levando-se também em consideração o contexto social relacionado. E, na pesquisa

quantitativa, representam-se em números as informações obtidas, tratando-as por meio de técnicas estatísticas.

Já a técnica de pesquisa caracteriza-se como bibliográfica, a qual se utiliza de obras relacionadas à temática abordada, já publicadas em livros ou artigos científicos (GIL, 2008). Por meio dela, compõe-se toda a fundamentação teórica do trabalho científico, essencial para a formação do conhecimento necessário para a realização de qualquer estudo.

3.2 Universo da pesquisa

Metodologicamente, universo ou população consiste em um conjunto de seres com ao menos uma característica em comum (MARCONI; LAKATOS, 2003). Todavia, Gil (2008) explica que, devido às pesquisas geralmente serem compostas por imensos universos de elementos, impossíveis de contemplar em sua totalidade, costuma-se trabalhar com uma amostra, ou seja, uma parcela representativa daquele universo.

Diante disso, segundo a Sala do Empreendedor Sebrae de Taquara/RS, instituição situada na Prefeitura Municipal, dedicada ao atendimento de MEIs e microempresários, no que diz respeito ao auxílio nos procedimentos de legalização de seus negócios (SEBRAE, 2020), existem atualmente 300 MEIs ativos na cidade. Esses foram identificados e contatados, convidando-os a participarem do estudo.

Para a definição da amostra mínima necessária para representação da população supracitada, utilizou-se como base os resultados fornecidos por cálculo amostral que, segundo Site de Estatística da USP - Universidade de São Paulo (2024), visa “determinar previamente o grau de precisão que desejo da minha estimativa baseada na amostra, com relação à população”.

Diante do exposto, foram utilizados os seguintes parâmetros para realização do cálculo amostral, o qual se realizou diretamente, através de sistema *online* disponibilizado no site *Survey Monkey* (2024): (a) população: 300; (b) percentual de erro amostral: 10%; (c) nível de confiança: 90%; (d) resultado: 56 participantes.

3.3 Meios e Métodos da pesquisa

Para a realização da pesquisa, utilizou-se o levantamento *Survey,* que consiste na aplicação de questionários (PRODANOV; FREITAS, 2013). Elaborou-se, então, um questionário *online*, o qual Prodanov e Freitas (2013) definem como um

instrumento de coleta de dados, no qual o participante responde, de forma escrita, a uma série de questões elaboradas pelo pesquisador.

O questionário *online* foi elaborado por meio da ferramenta *Google Forms,* sendo composto por 14 questões: abertas, fechadas e dependentes. Segundo Gil (2008), nas questões abertas, os participantes expressam livremente suas opiniões, por escrito. Nas questões fechadas, são dadas alternativas de respostas, para que seja escolhida uma. E as questões dependentes são perguntas complementares às anteriores, que poderão ou não ser respondidas.

Após elaborado o instrumento de coleta de dados, enviaram-se mensagens via *WhatsApp,* convidando cada MEI a participar da pesquisa, disponibilizando, juntamente, o *link* de acesso ao questionário *online*. Esse procedimento de aplicação iniciou-se em 04 de julho de 2024 e encerrou-se em 15 de agosto de 2024.

Ressalta-se que a divulgação da pesquisa ocorreu com o apoio da Sala do Empreendedor Sebrae de Taquara/RS, a qual auxiliou encaminhando o questionário aos MEIs de sua lista de contatos. Também a autora, por meio de pesquisas no *Google* por MEIs atuantes na cidade, identificou-os e encaminhou o convite de participação via *WhatsApp*. Ao final do da aplicação do questionário, obteve-se o total de 60 MEIs respondentes, superando o estipulado mínimo pelo cálculo amostral (56 respondentes) anteriormente descrito, e correspondendo, então, à amostra do presente estudo.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

A pesquisa buscou conhecer o perfil dos MEIs e entender suas práticas de autogestão, verificando se os profissionais utilizam de recursos, processos e ferramentas de gestão, bem como observar se esses estão sendo efetivos para os negócios. Após aplicação do instrumento de coleta, foi possível tratar os dados obtidos quantitativamente, através de métodos estatísticos, por meio de gráficos e tabelas elaborados com a utilização do programa *Microsoft Excel,* e qualitativamente, através de interpretações das informações coletadas. Os resultados estão expostos a seguir, divididos por seções.

4.1 Perfil da amostra

Entre os objetivos específicos deste estudo, estava o de traçar o perfil dos MEIs participantes. A seguir, a Tabela 1 mostra as características da amostra, a partir das questões objetivas de 01 a 04, respondidas, respectivamente, quanto ao gênero, faixa etária, grau de escolaridade e município de residência.

Tabela 1 - Características da amostra

Gênero	Quantidade	Percentual
Feminino	38	63,30%
Masculino	20	33,30%
Outro	2	3,30%
Prefiro não responder	0	0%

Faixa etária	Quantidade	Percentual
De 18 a 28 anos	13	21,70%
De 29 a 39 anos	21	35%
De 40 a 50 anos	17	28,30%
Acima de 50 anos	9	15%
Prefiro não responder	0	0%
Grau de escolaridade	**Quantidade**	**Percentual**
Sem escolaridade	0	0%
Ensino Fundamental incompleto	3	5%
Ensino Fundamental completo	4	6,70%
Ensino Médio incompleto	4	6,70%
Ensino Médio completo	19	31,70%
Ensino Superior incompleto	14	23,30%
Ensino Superior completo	15	25%
Prefiro não responder	1	1,70%
Residência	**Quantidade**	**Percentual**
Taquara/RS	57	95%
Outra cidade	3	5%

Fonte: A autora (2024).

A partir da Tabela acima, é possível verificar que a amostra se caracteriza predominantemente por mulheres, correspondendo a 63,3% dos MEIs participantes. Esse dado demonstra que o empreendedorismo feminino está em alta na cidade. Mas, por outro lado, essa não é a realidade do país, pois, segundo pesquisa do MEMP (2024), exposto na fundamentação teórica deste artigo, entre os MEIs, há predominância do sexo masculino, representando 54,2% do total de inscritos. Corroborando com essa ideia, segundo informações divulgadas pelo Sebrae (2024), entre 77 países, o Brasil ocupa a 60ª posição no *ranking* de empreendedorismo

feminino, indicando que ainda há um longo caminho a ser percorrido para conquistar-se um cenário mais igualitário em questão de gêneros no meio empreendedor.

Prosseguindo a análise, quanto à idade, 35% dos respondentes estão na faixa etária de 29 a 39 anos, representando o maior grupo de participantes, enquanto apenas 15% está acima dos 50 anos. Com isso, revelou-se uma amostra predominantemente jovem de empreendedores, estando de acordo com as estatísticas do país, também levantadas pelo MEMP.

No que diz respeito ao grau de escolaridade, destaca-se que 25% dos MEIs participantes possuem Ensino Superior completo, 23,3% possuem Ensino Superior incompleto e o restante, 51,7%, possuem graus de escolaridade inferiores. Os dados revelam, portanto, predominantemente, um baixo nível de escolaridade dos participantes. Esse é um aspecto negativo, uma vez que a baixa qualificação profissional contribui para a mortalidade de pequenos negócios, conforme elencado por Salim e Silva (2010), na fundamentação teórica deste estudo. E, por último, no que diz respeito ao município de residência, apenas 5% dos participantes responderam não residir em Taquara/RS.

4.2 Ramo de atuação

Sequenciando os dados coletados, na questão 05, que se tratava da única do tipo dissertativo, perguntou-se: “Por favor, responda: Qual o seu ramo de atuação ou profissão como MEI?”. Diante disso, para facilitar a compreensão dos 60 resultados, as profissões foram compiladas e classificadas em categorias, de acordo com a Tabela 2, exposta a seguir:

Tabela 2 - Ramo de atuação dos MEIs

Ramo de atuação	Quantidade	Percentual
Construção	1	1,70%
Educador Físico	1	1,70%
Fotografia	1	1,70%
Administrativo, escritórios	2	3,30%
Serviços de costura, atelier de calçados	2	3,30%
Limpeza/diaristas	2	3,30%
Tecnologia, informática	3	5,00%
Instalações elétricas/climatização	4	6,70%
Estéticas, manicures	7	11,70%

Oficinas mecânicas, autopeças	7	11,70%
Comércio alimentício: Restaurantes, lancherias, confeitarias	7	11,70%
Comerciantes/lojistas diversos	14	23,30%
Cabeleireiros, barbeiros	9	15,00%

Fonte: A autora (2024).

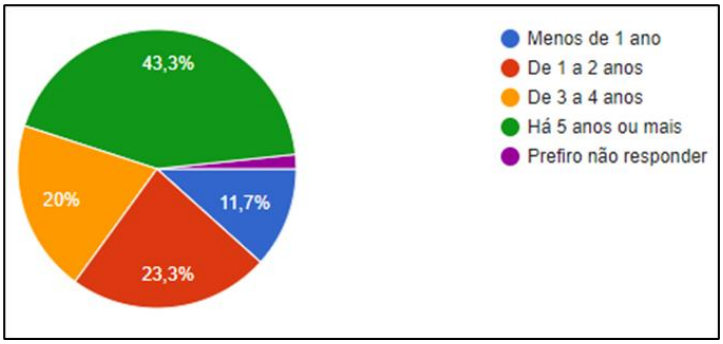
Analisando-se a Tabela 2, pode-se observar que, entre os MEIs participantes, os prestadores de serviços diversos destacam-se, representando o total de 65% dos profissionais, enquanto o comércio de produtos variados e alimentícios corresponde ao total de 35% dos respondentes. Entre os prestadores de serviço, destacam-se, em Taquara/RS, os MEIs atuantes na área da beleza, correspondendo a cabeleireiros, barbeiros e, juntamente, enquadram-se estéticas e manicures. Também se destacam os microempreendedores do ramo automotivo, correspondendo a oficinas mecânicas e autopeças. Já no que diz respeito aos MEIs comerciantes, 23,3% correspondem ao comércio de produtos diversos (envolvendo vestuário, acessórios e velas), e 11,7% dos participantes atuam na produção e comercialização de alimentos, sendo restaurantes, lancherias e padarias.

Em síntese, ao analisar-se as profissões elencadas pelos participantes, é importante considerar-se que a modalidade microempreendedor é limitada a uma lista de ocupações permitidas, previstas no Anexo XI, da Resolução CGSN nº 140, de 2018, conforme já mencionado neste artigo. Ou seja, nem todos os ramos empresariais podem atuar como MEI.

4.3 Tempo e formas de atuação

Sequenciando as perguntas aplicadas, as questões 06 e 07 dizem respeito ao tempo e formas de atuação como MEI, respectivamente. Sendo assim, o Gráfico 1, mostra os resultados acerca do tempo de atuação dos microempreendedores participantes.

Gráfico 1 - Tempo de atuação sendo MEI



Fonte: A autora (2024).

Analisando-se o Gráfico 1, destaca-se que 43,3% dos profissionais atuam há mais de 5 anos como MEI. E, apenas 11,7%, correspondendo a 7 participantes, atuam há menos de 1 ano. Tal informação é relevante, pois demonstra que o tempo de vida destas empresas é longo em comparação à realidade do país, onde, segundo dados levantados pelo Sebrae (2023), os MEIs representam a maior taxa de mortalidade entre os pequenos negócios, sendo que 29% encerram após cinco anos de sua constituição.

Já quanto às variadas formas de atuação dos MEIs (questão 07), os resultados foram: 48,3% - “Trabalho em loja/estabelecimento”; 25% - “Trabalho em minha casa”; 21,7% - “Trabalho no domicílio do cliente ou local contratante”; e 5% - “Trabalho virtualmente, pela internet”. Ou seja, 51,7% dos MEIs não possuem estabelecimento comercial.

4.4 Motivos de se iniciar no MEI

Dando continuidade, na questão 08 questionava-se sobre os motivos que levaram os indivíduos a tornarem-se MEIs. Os resultados foram, respectivamente: 75% - “Desejo de empreender, ter meu próprio negócio”; 23,3% - “Outro”; e 1,7% - “Falta de oportunidades para atuar como funcionário de empresa”. Daqueles que responderam “outro”, considera-se que corresponda aos que atuam no MEI, objetivando renda extra. Ou seja, as pessoas que já estão inseridas no mercado de trabalho no regime de contratação CLT, mas que, ainda assim, gerem um negócio próprio, através da modalidade MEI.

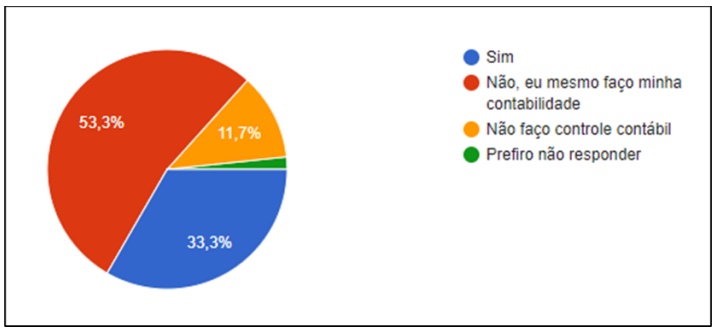
4.5 Capacitação dos Microempreendedores

Prosseguindo a pesquisa, na questão 09 perguntou-se, objetivamente: “Você já fez algum curso de capacitação para a sua área de atuação?”. Obteve-se como respostas: 70% - “Sim”; e 30% - “Não”. Esses resultados revelam um bom nível de conhecimento técnico dos MEIs, visto que 70% dos participantes respondeu já ter feito algum curso de capacitação em sua área de atuação. Esse fator de capacitação contribui para a durabilidade do negócio, conforme exposto por Salim e Silva (2010) na fundamentação teórica deste artigo.

4.6 Terceirização de serviços: contabilidade e *marketing*/publicidade

As questões 10 e 11 referiam-se à contratação de profissionais terceirizados de contabilidade e *marketing*. Abaixo estão, através de gráficos, os resultados obtidos:

Gráfico 2 - Contratação de serviços contábeis



Fonte: A autora (2024).

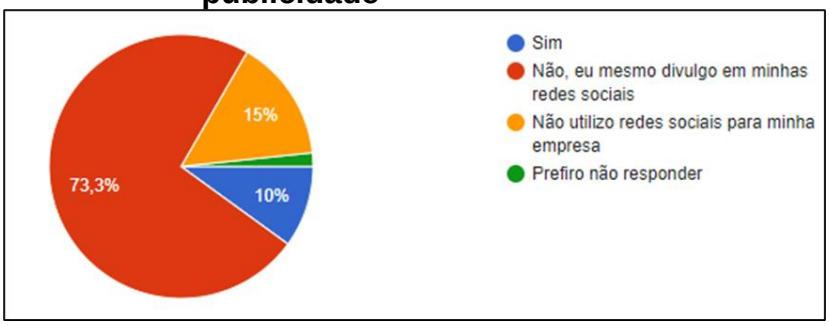
Através do Gráfico 2, pode-se observar que 33,3% dos MEIs contam com serviços de contabilidade em suas empresas. Em contrapartida, 65% dos resultados correspondem aos MEIs que fazem sozinhos sua contabilidade, ou então, que não a fazem. Esse dado indica uma gestão contábil possivelmente falha por grande parte desses negócios, corroborando com o estudo precedente de Bergamo (2021), em que se constatou que os microempreendedores, em sua maioria, necessitam de auxílio para administrar seus negócios, principalmente por falta de conhecimentos financeiros e contábeis. Ela destaca que muitos MEIs não se regularizam junto às prefeituras municipais, não sabem emitir notas fiscais e não realizam declarações obrigatórias, podendo, consequentemente, perder todos os benefícios da modalidade. Além disso, Salim e Silva (2010) explicam, na fundamentação teórica, que a legislação complexa

vigente, envolvendo burocracias, impostos e lei que não diferencia o micro, pequeno e grande negócio, é um fator que dificulta as atividades empreendedoras.

Ademais, quanto à falta da participação de contadores na gestão dessas empresas, explanou-se, ainda no estudo de Bergamo (2021), sobre os riscos do não pagamento das guias obrigatórias mensais (DAS-MEI), o que resulta em inadimplência junto à Receita Federal, podendo levar até ao cancelamento do MEI. Diante disso, fica evidente o quão importante é a participação de um contador para a gestão de qualquer negócio.

Dando sequência aos resultados, o Gráfico 3 refere-se à contratação de serviços especializados em *marketing* e/ou publicidade:

Gráfico 3 - Contratação de serviços de *marketing* e/ou publicidade



Fonte: A autora (2024).

Através do Gráfico 3, verifica-se que há predominância de 73,3% de MEIs que trabalham sozinhos em suas redes sociais, sem contar com o auxílio de profissionais especializados, e 15% responderam que não utilizam redes sociais para as suas empresas. Diante disso e considerando-se o explanado por Pinto (2024) na fundamentação teórica, questiona-se sobre a utilização efetiva das redes sociais como ferramenta estratégica por esses microempreendedores que não contam com o auxílio profissional especializado, visto que, hoje, para manter-se competitivo no mercado, faz-se necessário desenvolver uma imagem virtual de autoridade em seu ramo de atuação, através da aplicação de estratégias específicas de *marketing* digital.

4.7 Controle financeiro empresarial

As questões objetivas 12 e 13 visavam descobrir como os MEIs realizam o controle financeiro de seus negócios. A questão 13 é dependente da questão 12, ou

seja, complementar, podendo ou não ser respondida. A seguir, através das Tabelas 3 e 4, estão expostos os resultados.

Tabela 3 - Controle financeiro dos MEIs

Questão 12: Você faz algum tipo de controle financeiro de receitas e despesas de sua empresa?		
Respostas	**Quantidade**	**Percentual**
Sim	45	75,00%
Não	5	8,30%
Às vezes	9	15,00%
Prefiro não responder	1	1,70%
TOTAL	**60**	**100,00%**

Fonte: A autora (2024).

Tabela 4 – Forma de controle financeiro dos MEIs

Questão 13: Caso tenha respondido "SIM" ou "ÀS VEZES" na questão anterior, de que forma você realiza o controle financeiro de receitas e despesas de seu negócio?		
Respostas	**Quantidade**	**Percentual**
Registro por escrito, em caderno ou semelhante	22	39,30%
Registro em uma planilha de Excel	21	37,50%
Utilizo um programa/sistema específico para registro	8	14,30%
Prefiro não responder	5	8,90%
TOTAL	**56**	**100,00%**

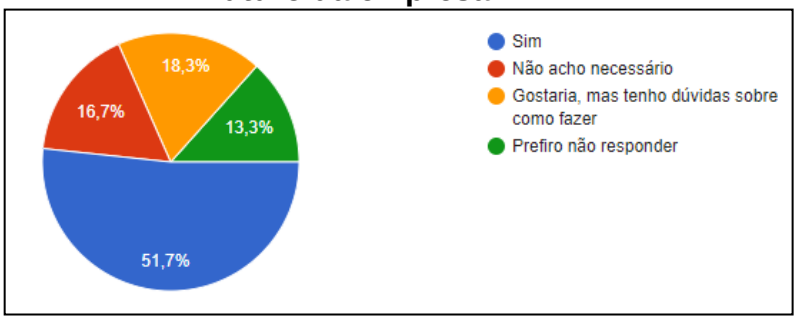
Fonte: A autora (2024).

Analisando-se os dados relacionados nas tabelas acima, na questão 12 constatou-se que 75% dos MEIs realizam o controle financeiro de suas receitas e despesas empresariais e, complementando, na questão 13, quanto à forma de fazê-lo, 39,3% registram as informações manualmente, em caderno ou semelhante, 37,5% realizam o registro utilizando planilhas do *Microsoft Excel,* e 14,3% utilizam de programa/sistema específico para registro financeiro. Relacionando-se ao explanado por Chiavenato (2022) na fundamentação teórica, ficou evidente que, para a gestão financeira, faz-se necessário o controle regular das receitas e despesas, correspondendo a uma área determinante para a saúde e o sucesso de qualquer negócio.

4.8 Planejamento Estratégico

Encerrando-se o questionário, na última questão perguntou-se o seguinte: “Você faz algum tipo de planejamento de estratégias e/ou metas (registrando por escrito, digitado, utilizando ferramenta ou programa) para o sucesso futuro de sua empresa?”. As respostas estão expostas abaixo, por meio do Gráfico 7.

Gráfico 4 - Planejamento Estratégico para o sucesso futuro da empresa



Fonte: A autora (2024).

Ao analisar o Gráfico 4, houve predominância, com 51,7% de respostas para “sim”, ou seja, os MEIs afirmaram que realizam algum tipo de planejamento empresarial, seja por escrito, digitado, ou utilizando ferramentas/programas. Já 18,3% afirmaram que gostariam de realizar algum tipo de planejamento estratégico, mas que possuem dúvidas sobre como proceder, e 16,7% responderam não achar necessário.

O intuito desta questão era verificar se os microempreendedores da cidade buscam formas de aprimorar suas empresas de curto a longo prazo, seja através da utilização de ferramentas gerenciais ou simplesmente listando objetivos e metas a serem cumpridas. Relacionando ao exposto na fundamentação teórica deste estudo, Salvador *et al.* (2018) ressaltam que estratégias de gestão devem ser aplicadas mesmo em pequenas empresas, adaptando-as à realidade e necessidades de cada negócio. Os autores sugerem a utilização de duas ferramentas, sendo: a análise *SWOT,* para análise do ambiente interno e externo empresarial, visando compreender as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças do negócio; e a ferramenta de gerenciamento ciclo PDCA, que visa definir objetivos (P), executá-los em prazo determinado (D), analisar se estão sendo atingidos (C) e atuar nas melhorias contínuas (A) para um melhor desempenho do negócio.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando-se o crescimento substancial do número de Microempreendedores Individuais (MEIs) nos últimos anos, correspondendo ao tipo empresarial mais utilizado no Brasil, faz-se pertinente um olhar atento ao modelo simplificado, visto que, em contrapartida, ele apresenta a maior taxa de mortalidade entre pequenos negócios. Nesse contexto, o estudo buscou conhecer as práticas de autogestão adotadas por MEIs atuantes na cidade de Taquara/RS, analisando a efetividade para cada negócio.

Em síntese, como principais resultados da pesquisa aplicada, obteve-se que os MEIs, em sua maioria, são mulheres, com idade de até 50 anos, de escolaridade Ensino Médio completo, residentes em Taquara/RS, atuantes na área de serviços de beleza ou do comércio há mais de 5 anos, possuindo estabelecimento próprio e tendo iniciado no MEI pelo desejo de empreender. Além disso, esses profissionais possuem, em maioria, capacitação técnica, não contratam serviços de contabilidade e *marketing*, realizam o controle de suas finanças manualmente, por escrito, e realizam algum tipo de planejamento estratégico para as suas empresas. Em paralelo aos resultados apresentados, a pesquisa foi correlacionada com as contribuições dos autores citados na fundamentação teórica, os quais possibilitaram conclusões acerca das práticas gerenciais dos microempreendedores.

Ao vincular os objetivos da pesquisa aos resultados apresentados, pode-se considerar que esses foram plenamente atingidos, ocorrendo por meio da aplicação do questionário, dos dados obtidos, análises e interpretações. As questões de número 1 a 13 visavam atender aos objetivos específicos de traçar o perfil, descobrir e entender as necessidades e práticas de gestão dos MEIs, perceber os seus níveis de conhecimento e verificar se utilizavam ferramentas de gestão. Já as questões enumeradas de 10 a 14 buscavam informações para atender o objetivo geral de conhecer as práticas de autogestão adotadas por Microempreendedores Individuais (MEIs) atuantes em Taquara/RS, analisando a efetividade para cada negócio. Apenas o objetivo específico de propor ferramentas para uma autogestão eficaz não foi abordado em questão específica, mas sim, desenvolvido a seguir, através de conclusões e sugestões.

Através da pesquisa, concluiu-se que, de maneira geral, os MEIs atuantes em Taquara/RS, apesar do baixo nível de escolaridade, realizam uma autogestão adequada de seus negócios, visto que a maioria das empresas já atua há mais de 5 anos no mercado, superando as estatísticas nacionais. Acredita-se que isso se deva

ao bom nível de capacitação técnica dos profissionais, o que possibilita a qualidade dos serviços oferecidos e, consequentemente, favorece a fidelização de clientes, bem como a perpetuidade dessas empresas.

Contudo, conforme demonstrado pelos autores ao decorrer do estudo, diante do cenário agressivo, de concorrências elevadas e legislação complexa, manter um negócio no Brasil não é tarefa simples. O sucesso empresarial vai muito além de apenas oferecer bons produtos ou serviços. Para que uma empresa cresça e, assim, mantenha-se competitiva, é essencial haver qualificação contínua do empreendedor, alto conhecimento acerca do ramo de atuação, possuir uma boa gestão financeira, contábil e ter uma imagem de autoridade nas redes sociais.

Concluiu-se, também, que a provável falta de conhecimentos específicos dos MEIs nas áreas de contabilidade, *marketing* e finanças pode limitá-los, prejudicando o crescimento de seus negócios ou, até mesmo, levando-os ao fim. Por isso, evidenciou-se a importância de que os MEIs invistam na qualificação e na contratação especializada desses serviços.

Ademais, para administrar qualquer empresa, é importante utilizar-se de meios que possam auxiliar no processo gerencial. Foram então sugeridas a aplicação de duas ferramentas básicas de planejamento estratégico, amplamente difundidas no curso de administração: a análise *SWOT* e o ciclo PDCA. Conforme já exposto, elas consistem em técnicas simples de aplicar-se e, quando utilizadas, permitem uma visão clara acerca das oportunidades e ameaças internas e externas do negócio, além de possibilitar o delineamento e o controle acerca da realização dos objetivos empresariais.

Por fim, para estudos futuros, sugere-se ampliar a amostra no Vale do Paranhana, a fim de verificar se as constatações do presente estudo se estendem aos MEIs de outras cidades.

REFERÊNCIAS

BELMIRO, Luiz Alberto Gravina. *et al.* **Administração Estratégica**. 3 ed. Rio de Janeiro. Grupo GEN, 2014. E-book. ISBN 978-85-216-2596-4. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2596-4/>. Acesso em: 07 mai. 2024.

BERGAMO, Sany Amélia Padilha. A Importância do Contador ao Microempreendedor Individual - MEI. **Revista eletrônica de Ciências Contábeis.** Taquara, v. 11, n. 2, p. 122-124. abr. 2022. Acesso em: 04 out. 2024.

BRASIL. **Lei nº 11.598, de 3 de Dezembro de 2007**. Estabelece diretrizes e procedimentos para a simplificação e integração do processo de registro e legalização de empresários e de pessoas jurídicas, cria a Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios - REDESIM; altera a Lei no 8.934, de 18 de novembro de 1994; revoga dispositivos do Decreto-Lei no 1.715, de 22 de novembro de 1979, e das Leis nos 7.711, de 22 de dezembro de 1988, 8.036, de 11 de maio de 1990, 8.212, de 24 de julho de 1991, e 8.906, de 4 de julho de 1994; e dá outras providências. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/lei/l11598.htm>. Acesso em: 17 abr. 2024.

BRASIL. **Lei complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006**. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis no 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1º de maio de 1943, da Lei no 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar no 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis no 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm>. Acesso em: 29 abr. 2024.

BRASIL. **Lei complementar nº 128, de 19 de Dezembro de 2008**. Altera a Lei Complementar no 123, de 14 de dezembro de 2006, altera as Leis nos 8.212, de 24 de julho de 1991, 8.213, de 24 de julho de 1991, 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – Código Civil, 8.029, de 12 de abril de 1990, e dá outras providências. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp128.htm>. Acesso em: 01 abr. 2024.

BUSINESS FINANCING, **A empresa mais antiga em quase todos os países**. 2020. Disponível em: <https://businessfinancing.co.uk/the-oldest-company-in-almost-every-country/>. Acesso em: 14 abr. 2024.

CÁLCULO AMOSTRAL. **Orientações sobre Cálculo Amostral**. Disponível em: <http://estatistica.bauru.usp.br/calculoamostral/orienta%C3%A7ao.php>. Acesso em: 28 ago. 2024.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão Financeira:** Uma Abordagem Introdutória. 4 ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2022. E-book. ISBN 9786559772902. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559772902/>. Acesso em: 05 out. 2024.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo Corporativo:** como ser um empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. 5 ed. Barueri/SP: Atlas, 2023. E-book. ISBN 9786559773701. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559773701/>. Acesso em: 03 abr. 2024.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo na prática**. 4 ed. São Paulo. Editora Empreende. 2020. E-book. ISBN 9786587052014. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786587052014/>. Acesso em: 28 abr. 2024.

FIANI, Ronaldo. **Economia de empresa**. São Paulo/SP. Editora Saraiva, 2015. E-book. ISBN 9788502635319. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502635319/>. Acesso em: 14 abr. 2024.

FRAPORTI, Simone; REIS, Zaida C; FERRARI, Fernanda da L; GIACOMELLI, Cinthia L. F; BARRETO, Jeanine dos S; SANTOS, Tiago F; BERTOLIN, Rosangela V; PORTELLA, Mariana; BARCELLOS, Bruno M; JÚNIOR; Walter A. S. **Teoria geral da empresa.** Porto Alegre/RS. Grupo A, 2018. E-book. ISBN 9788595024434. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595024434/>. Acesso em: 14 abr. 2024.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008. Acesso em: 08 mai. 2024.

KREIN, José Dari; PRONI, Marcelo Weishaupt. **Economia Informal:** Aspectos conceituais e teóricos, série trabalho decente no Brasil. Brasília: Organização Internacional do Trabalho (OIT), 2010. Disponível em: <https://webapps.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---ilo-brasilia/documents/publication/wcms_227055.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2024.

LACERDA, Antônio Corrêa de. *et al.* **Economia brasileira**. 6 ed. São Paulo/SP. Editora Saraiva, 2018. E-book. ISBN 9788547231798. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547231798/>. Acesso em: 14 abr. 2024.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003. Acesso em: 08 mai. 2024.

MINISTÉRIO DO EMPREENDEDORISMO, DA MICROEMPRESA E DA EMPRESA DE PEQUENO PORTE. **MEMP divulga aumento de 5,1% de empresas abertas nos últimos quatro meses de 2023.** 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/memp/pt-br/assuntos/noticias/memp-divulga-aumento-de-5-1-de-empresas-abertas-nos-ultimos-quatro-meses-de-2023>. Acesso em: 01 mai. 2024.

NEGRÃO, Ricardo. **Teoria geral da empresa e direito societário**. 20 ed. São Paulo/SP. Editora Saraiva, 2024. E-book. ISBN 9788553621316. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788553621316/>. Acesso em: 17 abr. 2024.

NERI, Marcelo; FONTES, Adriana. **Informalidade e trabalho no Brasil:** causas, consequências e caminhos de políticas públicas. FGV Social, 2010. Disponível em: <https://cps.fgv.br/informalidade-e-trabalho-no-brasil-causas-consequencias-e-caminhos-de-politicas-publicas>. Acesso em: 22 abr. 2024.

PINTO, Sandro Coelho Moreira. **Administração de Marketing**. 1. ed. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2024. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 03 out. 2024.

PORTAL DO EMPREENDEDOR - Empresas & Negócios. **Estatísticas.** Disponível até a data de 30 de abril de 2024. Disponível em: <http://www22.receita.fazenda.gov.br/inscricaomei/private/pages/relatorios/opcoesRelatorio.jsf>. Acesso em: 01 mai. 2024.

PORTAL DO EMPREENDEDOR - Empresas & Negócios. **O que é MEI - Microempreendedor Individual?** Quem pode ser MEI? 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/perguntas-frequentes/o-que-e-o-microempreendedor-individual-mei/o-que-e-mei>. Acesso em: 29 abr. 2024.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani César. **Metodologia do trabalho científico:** Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico. 2 ed. Novo Hamburgo/RS: Universidade Feevale, 2013. Acesso em: 09 mai. 2024.

RIBEIRO, Antônio de L. **Teorias da administração.** 3 ed. São Paulo/SP. Editora Saraiva, 2016. E-book. ISBN 978-85-02-63539-5. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-02-63539-5/>. Acesso em: 06 mai. 2024.

SALIM, César Simões; SILVA, Nelson Caldas. **Introdução ao Empreendedorismo.** Rio de Janeiro. Elsevier Editora, 2010. E-book. ISBN 9788595154414. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595154414/>. Acesso em: 01 mai. 2024.

SALVADOR, Alexandre Borba. *et al.* **Manual prático de gestão para pequenas e médias empresas**. Barueri, SP. Editora Manole, 2018. E-book. ISBN 9788520455357. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788520455357/>. Acesso em: 08 abr. 2024.

SEBRAE. **A taxa de sobrevivência das empresas no Brasil.** 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/a-taxa-de-sobrevivencia-das-empresas-no-brasil,d5147a3a415f5810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 03 abr. 2024.

SEBRAE. **Brasil tem quase 15 milhões de microempreendedores individuais**. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/brasil-tem-quase-15-milhoes-de-microempreendedores-individuais,e538151eea156810VgnVCM1000001b00320aRCRD#:~:text=Os%20Microempreendedore

s%20Individuais%20(MEIs)%20comp%C3%B5em,de%20empresas%20formais%20do%20pa%C3%ADs.>. Acesso em 17 mai. 2024.

SEBRAE. **Empreendedorismo Feminino no Brasil:** Desafios e o Sebrae Delas. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ba/artigos/empreendedorismo-feminino-no-brasil-desafios-e-o-sebrae-delas,811d29c0c96cd810VgnVCM1000001b00320aRCRD#:~:text=O%20Cen%C3%A1rio%20Atual&text=As%20estat%C3%ADsticas%20demonstram%20que%20as,t%C3%AAm%20baixa%20potencialidade%20de%20internacionaliza%C3%A7%C3%A3o.> Acesso em 24 set. 2024.

SEBRAE. **Sala do Empreendedor**. 2020. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/sala-do-empreendedor,b28f1f8c78493710VgnVCM1000004c00210aRCRD> . Acesso em: 16 mai. 2024.

SIMPLES NACIONAL. **Estatísticas de Optantes do Simples Nacional e SIMEI**. Disponível até a data de 24 de agosto de 2024. Disponível em: <https://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/Aplicacoes/ATBHE/estatisticasSinac.app/Default.aspx>. Acesso em: 26 ago. 2024.

SURVEY MONKEY. **Calculadora de tamanho de amostra**. 2024. Disponível em: <https://pt.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>. Acesso em 13 set. 2024.

WESSELS, Walter J. **Microeconomia:** Teoria e aplicações. 2 ed. São Paulo/SP. Editora Saraiva, 2010. E-book. ISBN 9788502125278. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502125278/>. Acesso em: 08 abr. 2024.