

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA  
FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS – FACIC  
GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**KARINE APARECIDA PINTO**

**VANTAGENS E DESVANTAGENS EM SER MICROEMPREENDEDOR  
INDIVIDUAL (MEI)**

**UBERLÂNDIA  
ABRIL DE 2023**

**KARINE APARECIDA PINTO**

**VANTAGENS E DESVANTAGENS EM SER MICROEMPREENDEDOR  
INDIVIDUAL (MEI)**

Monografia apresentada à Faculdade de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Uberlândia como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof Me. Wanderson Luiz de Paula

**UBERLÂNDIA  
ABRIL DE 2023**

**KARINE APARECIDA PINTO**

**Vantagens e desvantagens em ser microempreendedor individual (MEI)**

Monografia apresentada à Faculdade de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Uberlândia como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

**Banca de avaliação:**

---

Prof. Me. Wanderson Luiz de Paula - UFU  
Orientador

## RESUMO

Este trabalho consistiu numa pesquisa de campo junto a empreendedores que trabalham como Microempreendedores individuais (MEIs). A pesquisa foi feita através de formulário online, Google Formulário. O questionário possui 20 questões fechadas, sendo que da 1ª até 4ª questões teve-se o intuito de saber um pouco mais sobre os empreendedores, informações como nível de escolaridade, sexo, faixa etária e há quanto tempo o empreendimento existe. Da 5ª até a 20ª questão partiu-se para perguntas mais específicas cujo objetivo é saber como os MEIs veem seus projetos de empreendimento, isto é, pontos positivos e negativos. O questionário foi aplicado de 09 até 26 de novembro de 2022. Não se pediu que as pessoas dessem seus nomes, o que manteve total anonimato dos participantes. Além disso, pediu-se para os que aceitaram responder a aceitação do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

**Palavras-chave:** Microempreendedor individual. MEI. Empreendedorismo.

## **ABSTRACT**

This work consisted of a field survey with entrepreneurs who work as Individual Microentrepreneurs (MEIs). The survey was carried out using an online form, Google Form. The questionnaire has 20 closed questions, and the 1st to 4th questions were intended to know a little more about the entrepreneurs, information such as education level, gender, age group and how long the enterprise has existed. From the 5th to the 20th question, there were more specific questions whose objective is to know how MEIs see their development projects, that is, positive and negative points. The questionnaire was applied from November 09 to 26, 2022. People were not asked to give their names, which maintained the total anonymity of the participants. In addition, those who agreed to respond were asked to accept the Term of Free and Informed Consent (TCLE).

**Keywords:** Individual microentrepreneur. MEI. Entrepreneurship.

## Lista de gráficos

<b>Gráfico 1: Dados gerais sobre os MEIs</b>	<b>17</b>
<b>Gráfico 2: Como ficaram sabendo do MEI</b>	<b>18</b>
<b>Gráfico 3: Vida laboral antes e depois do MEI</b>	<b>19</b>
<b>Gráfico 4: Faturamento mensal dos MEIs</b>	<b>21</b>
<b>Gráfico 5: Ramo de atividade dos MEIs</b>	<b>21</b>
<b>Gráfico 6: Ajuda estatal aos MEIs</b>	<b>23</b>
<b>Gráfico 7: O MEI possui funcionário?</b>	<b>24</b>
<b>Gráfico 8: O funcionário é membro da família?</b>	<b>24</b>
<b>Gráfico 9: A pandemia afetou os negócios</b>	<b>25</b>
<b>Gráfico 10: Demissão de funcionários na pandemia</b>	<b>26</b>
<b>Gráfico 11: uso da internet e app de mensagem pelos MEIs</b>	<b>26</b>
<b>Gráfico 12: Padrão de vida após o MEI</b>	<b>27</b>

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>7</b>
<b>2 DESENVOLVIMENTO</b>	<b>8</b>
2.1 Breve História do Empreendedorismo	8
2.2 A importância do empreendedorismo	12
<b>3 METODOLOGIA</b>	<b>16</b>
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÃO</b>	<b>17</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>29</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>30</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Criado pela Lei Complementar 128/2008 o Microempreendedor Individual – MEI para dar mais dinamicidade à economia e possibilidade às pessoas que tivessem o desejo de trabalhar de forma legalizada a condição, sem ao mesmo tempo ter que se preocupar com todas as burocracias do sistema tributário brasileiro.

Desde 2008 para cá, a população brasileira tem buscado trabalhar de forma legal e de modo independente. A prova disso é que em 2022 existem 14 milhões de microempreendedores individuais registrados na plataforma oficial do governo federal. Desse modo, esse trabalho tem como objetivo trabalhar essa temática dada a sua relevância na vida das pessoas e ainda a sua importância para a economia brasileira. Esses dois pontos justificam a escolha de trabalhar o MEI como trabalho de conclusão de curso.

Com efeito, foi realizada uma revisão de literatura sobre a especificidade do significado de ser um empreendedor. Sabe-se que nem todos possuem DNA para o empreendimento individual, então é necessário conhecer do ponto de vista teórico quais são as principais características do empreendedor individual. Essa sistematização é fundamental para se dar mais robustez a esse trabalho.

Enfim, do ponto de vista metodológico, este trabalho consiste numa pesquisa de campo junto a empreendedores que trabalham como Microempreendedores Individuais (MEIs). A pesquisa foi feita através de formulário *online*, *Google* Formulário. O questionário possui 20 questões fechadas, sendo que da 1ª até 4ª questões teve-se o intuito de saber um pouco mais sobre os empreendedores, informações como nível de escolaridade, sexo, faixa etária e há quanto tempo o empreendimento existe. Da 5ª até a 20ª questão partiu-se para perguntas mais específicas cujo objetivo é saber como os MEIs veem seus projetos de empreendimento, isto é, pontos positivos e negativos. O questionário foi aplicado de 09 até 26 de novembro de 2022. Não se pediu que as pessoas dessem seus nomes, o que manteve total anonimato dos participantes. Além disso, pediu-se para os que aceitaram responder a aceitação do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).



## 2 DESENVOLVIMENTO

Como o empreendedorismo é algo muito amplo, neste capítulo se buscará fazer uma definição histórica, conceitual e hodierna do referido conceito de modo a tentar abarcar a totalidade do que se entende por empreendedorismo.

### 2.1 Breve História do Empreendedorismo

Um dos principais desenvolvimentos na história do empreendedorismo (e na história humana) foi, Segundo Hébert e Link (2012), a invenção do dinheiro. Antes da invenção do dinheiro, todo empreendedorismo e comércio ocorria por meio do sistema de troca. Se João quisesse 5 barras de ferro, então ele teria que vender 1 cavalo para conseguir essas barras. Claro, ele também precisaria encontrar um comerciante de ferro que precisasse de um cavalo. Os limites do sistema de troca eram conhecidos como “coincidência de desejos”. Compreensivelmente, este comércio e empreendedorismo eram muito limitados no início da história.

Com o tempo, o papel-moeda e a cunhagem seriam desenvolvidos. A moeda deu aos empreendedores várias coisas importantes: a) facilitava o comércio de longa distância; b) funcionava como meio de troca; c) ela forneceu uma maneira para os empresários armazenarem valor;

Com isso, populações maiores exigiam mercados maiores onde pudessem comprar alimentos, roupas, serviços e outras coisas importantes. O aumento populacional iniciado por volta de 1470 solidificou a ligação do mercado com o empreendedorismo. A seguir são apresentadas alguns dos desenvolvimentos mais importantes que ocorreram no empreendedorismo durante este período:

Setor bancário cresceu para novos patamares e complexidades à medida que os proprietários de pequenas empresas tinham maiores necessidades de financiamento.

O sistema de guildas se expandiu, dando a artesãos habilidosos e outros empresários uma maneira de organizar seus negócios juntos, regular a qualidade dos bens produzidos e desenvolver reputações para certos bens nas cidades da Europa medieval.

Os empresários puderam comprar bens do exterior, transformá-los em produtos acabados e depois vendê-los com lucro em uma escala maior do que nunca.

De acordo com Carlen (2016) as notícias nem sempre foram auspiciosas para os empreendedores durante esse período. Muitos empreendedores tiveram suas invenções e inovações sufocadas. Antes do avanço dos mercadores e exploradores, muitas pessoas desaprovavam a acumulação de capital, assim, a inovação foi muitas vezes – desconcertantemente – bloqueada em todo o mundo.

Para o mesmo autor, no início da história do capitalismo, a ideia de ganho monetário foi evitada e tida como vergonhosa por muitos, de tal forma que, a prática da usura, cobrando juros sobre empréstimos, foi proibida pela Igreja Cristã. Os trabalhos eram atribuídos por tradição e casta, desse modo, a inovação foi sufocada e a eficiência foi derrubada à força, às vezes punível com a morte. Na Inglaterra do século XVI, quando surgiu a produção em massa na indústria de tecelagem, os membros das guildas protestaram por melhores condições de trabalho. Uma oficina eficiente contendo duzentos teares, açougueiros e padeiros para os trabalhadores foi proibida pelo rei sob o pretexto de que tal eficiência reduzia o número de empregos disponíveis.

Ainda para o mesmo autor, no entanto, esse período ainda deu origem a algumas das tecnologias mais influentes do mundo, incluindo o moinho de vento, a fábrica de papel, o relógio mecânico, o mapa e a prensa tipográfica, entre muitas outras. Abrindo caminho para futuros empreendedores usarem a inovação para capitalizar as tendências crescentes.

Segundo Aidar (2007) o período de 1550 a 1800 deu origem à filosofia do mercantilismo. Os seguidores dessa filosofia acreditavam que havia apenas uma quantidade finita de riqueza no mundo. A riqueza e o valor de um país eram baseados apenas em quanto tesouro e ouro ele poderia obter e quantas exportações a mais poderia vender em comparação com as importações.

Para o mesmo autor, a “descoberta” do Novo Mundo por Colombo em 1492 mudaria totalmente o empreendedorismo. Ideais mercantilistas combinados com um vasto Novo Mundo para descobrir fizeram dos primeiros exploradores alguns dos empreendedores mais ricos. Durante esse período, os empreendedores eram conhecidos mais como comerciantes e exploradores do que como empreendedores, deste modo, esses indivíduos levantariam capital, assumiriam riscos e estimulariam o

crescimento econômico (muito parecido com os empresários de hoje), no entanto, muitos veem este período como o início do capitalismo.

Ainda para o mesmo autor, alguns dos principais avanços desse período foram relacionados aos bens e materiais trazidos do novo mundo, portanto, as importações de prata do Novo Mundo, por exemplo, alimentaram a expansão do comércio através do Oceano Atlântico. Mais tarde, o ouro forneceria motivação semelhante, já outro avanço importante no empreendedorismo nesse período foram os avanços contábeis de Luca Pacioli, um grande matemático italiano. Ele criou princípios padronizados para acompanhar as contas de uma empresa, porém, esses princípios seriam usados mais tarde pelos exploradores e comerciantes da época.

Muitas pessoas veem os últimos 200 anos de empreendedorismo como sendo alimentados por “máquinas e mercados”, ou seja, o capitalismo tornou-se mais arraigado nas sociedades ao redor do mundo, portanto, as teorias do capitalismo foram solidificadas na obra de Adam Smith, de 1776, *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, onde ele destruiu a ideia de mercantilismo. Em vez disso, ele argumentou que o interesse próprio era a força motriz nas sociedades ao redor do mundo. Assim, os empreendedores desse período foram capazes de agir em interesse próprio e, ao mesmo tempo, melhorar a sociedade como um todo. Heilbroner (2005, p. 125) explica essa teoria em *The Worldly Philosophers*:

Um homem que permite que seu interesse próprio corra com ele descobrirá que os concorrentes se infiltraram para tirar seu negócio; se cobrar demais por suas mercadorias ou se recusar a pagar tanto quanto todo mundo por seus trabalhadores, ficará sem compradores em um caso e sem empregados no outro (HEILBRONER, 2005, p. 125).

Segundo Heilbroner (2005), a competição do mercado regula o interesse próprio e leva a um tipo de empreendedorismo que alimenta a inovação, melhora o padrão de vida e aumenta a riqueza das nações. De acordo com Hébert e Link (2012), a Revolução Industrial marcou mais uma mudança profunda na história do empreendedorismo, ou seja, a partir do século XVIII, o empreendedorismo passou da produção em pequena escala nas pequenas cidades para a produção em larga escala nas grandes cidades. Duas coisas impulsionaram essa mudança fundamental no empreendedorismo, incluindo a:

Disponibilidade de Produção de Energia: Os negócios não eram mais restringidos pela energia de pequena escala movida pelo vento (que dependia do clima) ou queda d'água (que dependia da localização). Em vez disso, eles poderiam contar com tecnologias como eletricidade, vapor, motor de combustão interna, locomotiva, automóvel e petróleo. Isso lhes deu os meios para fazer fábricas em grande escala.

Disponibilidade de mão de obra: Grandes populações começaram a se mudar para as cidades da Revolução Industrial a partir de 1700. Isso deu aos empresários uma grande quantidade de mão de obra barata para trabalhar.

De acordo com Hébert e Link (2012) eventualmente, essas poderosas forças de mercado dariam origem a alguns dos maiores empreendedores e inovadores do mundo, portanto, a América desempenhou um papel particularmente proeminente durante este período, dando origem a empreendedores como Andrew Carnegie, J. Morgan, John D. Rockefeller, Frank Kenan e Henry Ford.

Segundo Carlen (2016) após a Segunda Guerra Mundial, o empreendedorismo começou a mudar por algumas razões diferentes: Primeiro e mais importante, a economia estava cada vez mais global e tornando-se mais global a cada década; melhores meios de transporte e comunicação tornaram mais fácil para os empreendedores vender produtos e serviços para um público global e economias maciças como a América não podiam mais se concentrar apenas na venda de produtos para os mercados americanos.

Na visão do mesmo autor, havia também fatores microeconômicos como o número de pessoas que possuíam carros, especialmente nos Estados Unidos da América, a posse de carro tornou mais importante ter rodovias entre as grandes cidades, à medida que as rodovias se tornavam mais importantes, eram necessários restaurantes onde as pessoas pudessem comer enquanto viajavam. Contudo, este é o ambiente onde empreendedores como Ray Kroc fizeram seus milhões, criando um restaurante padronizado que reduzia os custos servindo um número limitado de itens masculinos.

Segundo Melo (2008), outros países ao redor do mundo experimentaram impulsos semelhantes no crescimento após a Segunda Guerra Mundial, o Japão, por exemplo, tornou-se uma das maiores economias do mundo ao explorar uma grande população disponível por salários baratos, já a Alemanha experimentou uma trajetória semelhante.

Atualmente na visão de Carlen (2016), os empreendedores são a força vital das economias em todo o mundo, mesmo em economias centralizadas como a China, os empreendedores são valorizados por suas contribuições à economia e incentivados a inovar para competir com empresas de todo o mundo. Em outras palavras, a economia global – combinada com infraestrutura e comunicações modernas – introduziu uma nova era de competição no mundo do empreendedorismo.

Para Hébert e Link (2012), muitos desses empreendedores podem acessar meios de produção mais baratos, assim, eles podem ter melhor acesso a recursos brutos de mão de obra barata, por exemplo. Isso tornou o empreendedorismo moderno mais desafiador – e sem dúvida mais recompensador – do que nunca.

## **2.2 A importância do empreendedorismo**

Das muitas definições de empreendedorismo, de acordo com Baggio e Baggio (2014), algumas aplicam o termo à criação de qualquer novo negócio, outras definições se concentram nas intenções, alegando que os empreendedores buscam criar riqueza, o que é diferente de iniciar negócios meramente como meio de substituição de renda (que é trabalhar para si mesmo ao invés de trabalhar para outra pessoa). Quando a maioria das pessoas descreve empreendedores, eles usam adjetivos como ousado, inovador, iniciativa, aventureiro e arriscado. Elas também tendem a associar empreendedores a pequenas empresas. Pode-se definir o empreendedorismo como um processo no qual um indivíduo ou um grupo de indivíduos arrisca tempo e dinheiro em busca de oportunidades para criar valor e crescer por meio da inovação, independentemente dos recursos que controlam. Os três temas importantes nesta definição são: (i) a busca de oportunidades, (ii) inovação e (iii) crescimento. Empreendedores buscam oportunidades de crescimento de negócios mudando, revolucionando, transformando ou introduzindo novos produtos ou serviços.

Segundo Baggio e Baggio (2014), um empreendedor é alguém que desenvolve um modelo de negócio, adquire o capital físico e humano necessário para iniciar um novo empreendimento, operacionaliza-o e é responsável pelo seu sucesso ou fracasso. Observe-se a ênfase da frase responsável pelo sucesso ou fracasso, pois o empreendedor é distinto do gestor profissional no sentido de que o primeiro investe

seus próprios recursos ou levanta capital de fontes externas e, assim, assume a culpa pelo fracasso, bem como colhe as recompensas em caso de sucesso, enquanto o último ou o gerente profissional faz o trabalho e o trabalho que lhe é atribuído por uma contraprestação monetária. Em outras palavras, o empreendedor é o tomador de riscos e um inovador, além de ser um criador de novos empreendimentos, enquanto o gestor profissional é simplesmente o executor.

Segundo Dornelas (2003), movendo-se para as habilidades e capacidades que um empreendedor precisa ter, em primeiro lugar, ele ou ela deve ser um inovador que tenha uma ideia de mudança de jogo ou um conceito potencialmente novo que possa ter sucesso no mercado lotado. Note-se que os investidores geralmente tendem a investir em ideias e conceitos que eles sentem que gerariam retornos adequados para seu capital e investimentos e, portanto, o empreendedor precisa ter uma ideia verdadeiramente inovadora para um novo empreendimento.

Além disso, segundo Dornelas (2003), o empreendedor precisa ter excelentes habilidades organizacionais e de gestão de pessoas, pois precisa construir a organização ou o empreendimento do zero e tem que se relacionar com seus funcionários e se sentir bem com os demais stakeholders para garantir o sucesso do empreendimento.

Além disso, como ensina Dornelas (2003), o empreendedor precisa ser um líder que possa inspirar seus funcionários, além de ser um visionário e uma pessoa com senso de missão, pois é importante que o empreendedor motive e impulse o empreendimento. Isso significa que liderança, valores, habilidades de construção de equipes e habilidades gerenciais são as principais habilidades e atributos que um empreendedor precisa ter. Muitas vezes ouve-se o termo “destruição criativa” sendo falado quando se fala sobre como algumas empresas desaparecem enquanto outras são bem-sucedidas e mantêm sua posição de liderança no mercado. Destruição criativa refere-se à substituição de produtos e empresas inferiores por produtos mais eficientes, inovadores e criativos, em que o ecossistema capitalista baseado no mercado garante que apenas os melhores e mais brilhantes sobrevivam, enquanto outros são levados pelos vendavais da destruição criativa.

Em outras palavras, como embasado em Dornelas (2018), empreendedores com ideias que mudam o jogo e as habilidades e atributos necessários para o sucesso garantem que seus produtos, marcas e empreendimentos tirem participação de mercado das empresas existentes que não estão criando valores ou simplesmente

ineficientes e presas no tempo. Portanto, esse processo de destruir o antigo e o ineficiente por meio de ideias mais novas e criativas é chamado de destruição criativa, que geralmente é o que o empreendedor faz quando lança um novo empreendimento.

Discute-se o que é empreendedorismo e as habilidades e atributos necessários aos empreendedores, além de como eles se envolvem e se entregam à destruição criativa. Isso não significa que todos os empreendedores sejam bem-sucedidos, pois o fato de poderem se tornar vítimas de destruição criativa, bem como devido à falta de outras características, significa que a maioria dos novos empreendimentos não sobrevive além da marca de um ano de existência. Agora, quando os empreendimentos fracassam, a questão óbvia é quem leva a culpa pelo fracasso e de quem é o dinheiro que está sendo perdido. A resposta é que o empreendedor coloca seu próprio dinheiro ou levanta capital de investidores-anjo e capitalistas de risco, o que significa que, caso o empreendimento vá à falência, o empreendedor e os investidores perdem dinheiro. Note-se que, como mencionado anteriormente, os funcionários e os gerentes profissionais perdem seus empregos e, a menos que sejam sócios do empreendimento, seu dinheiro não está em jogo. Portanto, conforme Dornelas (2018), isso significa que o empreendedor é o tomador de risco no empreendimento, o que significa que o sucesso ou fracasso da empresa reflete no empreendedor.

Muitas pessoas acreditam que atividades empreendedoras e pequenos negócios são a mesma coisa, mas não são. Existem algumas diferenças fundamentais entre os dois. Empreendedores criam empreendimentos – organizações que buscam oportunidades, são caracterizadas por práticas inovadoras e têm como principais objetivos o crescimento e a lucratividade. Uma pequena empresa, por outro lado, é aquela que é de propriedade, operada e financiada de forma independente; tem menos de 500 funcionários; não se envolve necessariamente em práticas novas ou inovadoras; e geralmente tem relativamente pouco impacto em sua indústria. Uma pequena empresa não é necessariamente empreendedora porque é pequena. Ser empreendedor significa ser inovador e buscar novas oportunidades. Mesmo que os empreendimentos comecem pequenos, eles buscam o crescimento. Conforme Dornelas (2018), algumas novas pequenas empresas podem crescer, mas permanecem pequenas por opção ou por padrão.

O que está envolvido no processo empreendedor? De acordo com Dornelas (2007), os empreendedores devem abordar algumas etapas principais ao iniciar e gerenciar seus empreendimentos empresariais.

A primeira dessas etapas é explorar o contexto empreendedor. Conforme Dornelas (2007), o contexto inclui as realidades da nova economia, as leis e regulamentos da sociedade que compõem o ambiente jurídico e as realidades do mundo do trabalho em mudança. É importante observar cada um desses aspectos do contexto empresarial porque eles determinam as “regras” do jogo e quais decisões e ações provavelmente terão sucesso. Além disso, é através da exploração do contexto que os empreendedores enfrentam o próximo passo criticamente importante no processo empreendedor – identificar oportunidades e possíveis vantagens competitivas. Sabemos pela nossa definição de empreendedorismo que a busca de oportunidades é um aspecto importante. Uma vez que os empreendedores tenham explorado o contexto empreendedor e identificado oportunidades e possíveis vantagens competitivas, eles devem olhar para as questões envolvidas em realmente dar vida ao seu empreendimento.

Portanto, como ensinam Baggio e Baggio (2014), o próximo passo no processo empreendedor é iniciar o empreendimento. Estão incluídos nesta fase a pesquisa de viabilidade do empreendimento e o planejamento, organização e lançamento do empreendimento. Finalmente, uma vez que o empreendimento empresarial está em funcionamento, a última etapa do processo é gerenciar o empreendimento, que um empreendedor faz gerenciando processos, pessoas e crescimento.



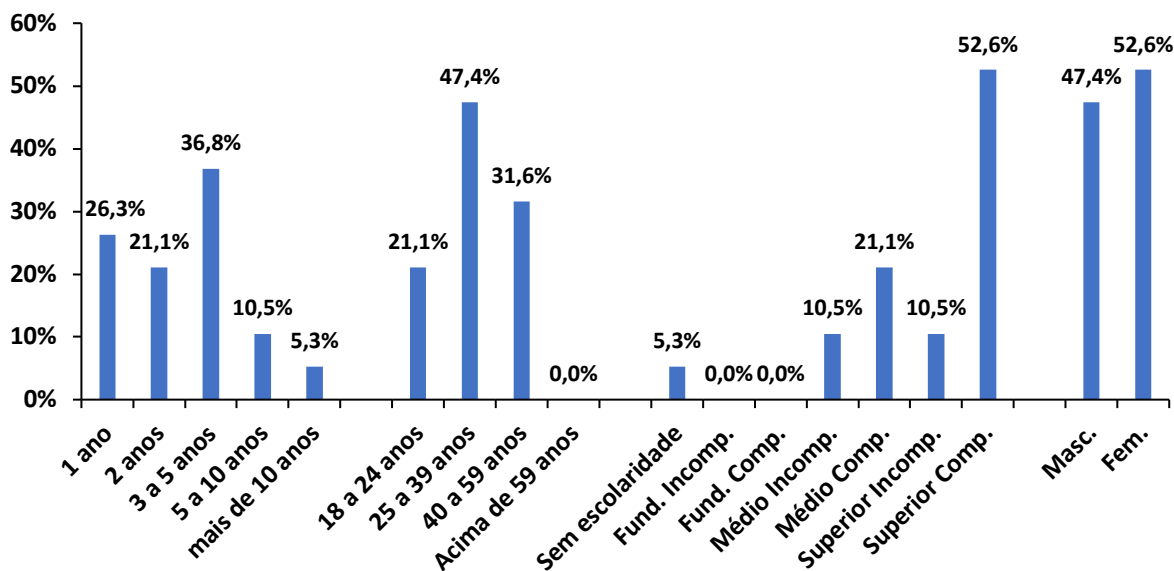
### **3 METODOLOGIA**

Este trabalho consiste numa pesquisa de campo junto a empreendedores que trabalham como Microempreendedores individuais (MEIs). A pesquisa foi feita através de formulário online, Google Formulário. O questionário possui 20 questões fechadas, sendo que da 1ª até 4ª questões teve-se o intuito de saber um pouco mais sobre os empreendedores, informações como nível de escolaridade, sexo, faixa etária e há quanto tempo o empreendimento existe. Da 5ª até a 20ª questão partiu-se para perguntas mais específicas cujo objetivo é saber como os MEIs veem seus projetos de empreendimento, isto é, pontos positivos e negativos. O questionário foi aplicado de 09 até 26 de novembro de 2022. Não se pediu que as pessoas dessem seus nomes, o que manteve total anonimato dos participantes. Além disso, pediu-se para os que aceitaram responder a aceitação do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

#### 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A fim de conhecer um pouco sobre os 20 MEIs que aceitaram participar dessa pesquisa, o gráfico 1 traz informações, tendo como base as perguntas de 1 a 4. Eis o gráfico 1:

**Gráfico 1:** Dados gerais sobre os MEIs



**Fonte:** elaborado pela autora.

Conforme mostra o gráfico 1, quando se olha para o quesito tempo no empreendedorismo percebe-se que 84,2% dos empreendedores são pessoas que estão no mercado a menos de 5 anos. Dessa fatia, 36,8% estão já mais consolidados e estão firmes em seus negócios há pelo menos 3 anos. No outro extremo da linha, apenas 15,8% estão há pelo menos 5 anos, sendo que 5,3% são veteranos e já estão consolidados no mercado há mais de 10 anos. Em relação a faixa etária, destaca-se que os MEIs em sua grande maioria estão na fase mais produtiva da vida, isto é, entre os 25 e 59 anos (79%). Deve-se ainda destacar que há uma forte presença do dito empreendedorismo jovem, 21,1%. Quando se olha para a escolaridade dos empreendedores, os extremos são interessantes: não há ninguém que não tenha algum grau mínimo de escolaridade, isto é, todos são alfabetizados, e mais da metade dos MEIs, 52,6%, possuem ensino superior completo. Por fim, as mulheres empreendem mais que os homens, o que mostra uma faceta interessante de ser explorada acerca do empreendedorismo feminino, numa época em que o feminismo está em pauta nos debates acadêmicos.

Mesmo que a presença feminina no mundo dos negócios tenha aumentado, sabe-se que a entrada no mundo do trabalho ainda é difícil e realmente há um longo caminho a percorrer. No entanto, o processo já começou e por isso deve-se agradecer às muitas pioneiras que, apesar de tudo, e apesar de todos, abriram caminho no mundo do trabalho demonstrando que é possível uma mulher ser mulher, mãe e trabalhadora (DOLINSKY; CAPUTO, 2018).

Mulheres empresárias famosas têm conseguido demonstrar a si mesmas e aos outros que com a dose certa de determinação, e com comprometimento e organização, os objetivos a que se aspira podem ser alcançados. As histórias de sucesso dessas empreendedoras servem de inspiração para as jovens que pretendem se testar até mesmo com roupas ainda predominantemente masculinas. As mulheres de sucesso são todas aquelas que conseguem atingir seus objetivos identificando aquela condição de equilíbrio que consegue tornar sua vida agradável e gratificante (DOLINSKY; CAPUTO, 2018).

A questão número 6 quis saber dos pesquisados como eles ficaram sabendo da possibilidade de trabalhares sob a forma jurídica MEI. O gráfico 2 mostra os resultados dessa questão:

**Gráfico 2:** Como ficaram sabendo do MEI



**Fonte:** elaborado pela autora.

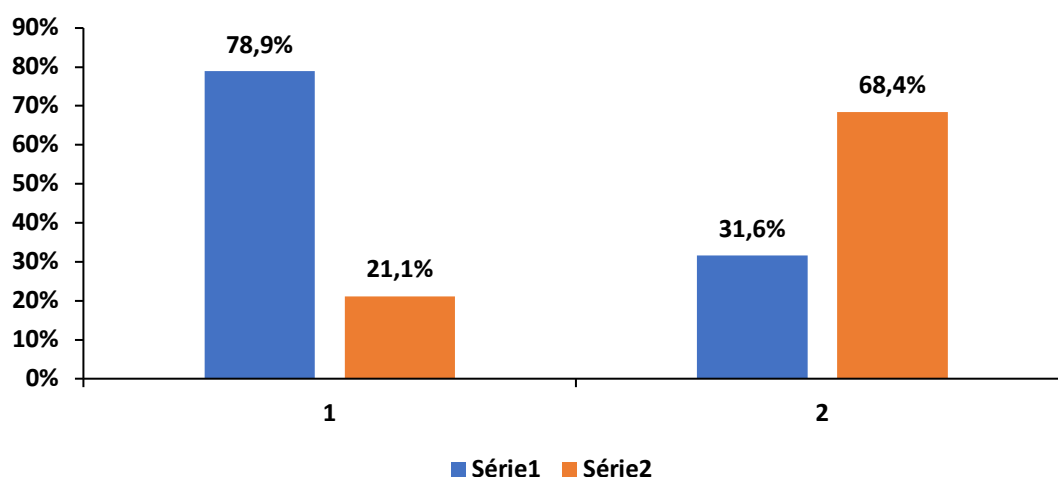
Como o gráfico 2 revela, a indicação prevalece como a forma principal de os amigos passarem para os outros informações que consideram relevantes. O marketing boca a boca é sobre uma interação cara a cara que é construída sobre confiança pré-fundada. É uma maneira econômica de divulgar uma

empresa/informação e seus produtos entre as comunidades online e presenciais. O marketing boca a boca é econômico, cria fidelidade à marca/informação e revela novas maneiras de alcançar clientes em potencial (STAUSS, 2017).

A internet vem na segunda posição com 36,8%. O sucesso nos negócios pode ser ampliado com o uso da internet. A Internet transformou a educação, a comunicação e os métodos de receber e fornecer dados. A tecnologia da Internet fornece ótimas fontes de gerenciamento de dados para que as empresas lancem soluções exclusivas e criativas para os clientes. A Internet é importante para fazer um negócio bem-sucedido. A Internet ajuda as empresas a crescer, atingir metas e obter sucesso neste mercado competitivo. O marketing é importante nos negócios e, neste caso, a Internet é a primeira e mais importante ferramenta de marketing que os empresários procuram. A Internet está proporcionando grandes benefícios para a comunicação empresarial (GLOVA; SABOL; VAJDA, 2014).

As questões 7 e 8, por conta de estarem interrelacionadas, serão tratadas no mesmo gráfico, que é o gráfico 3.

**Gráfico 3:** Vida laboral antes e depois do MEI



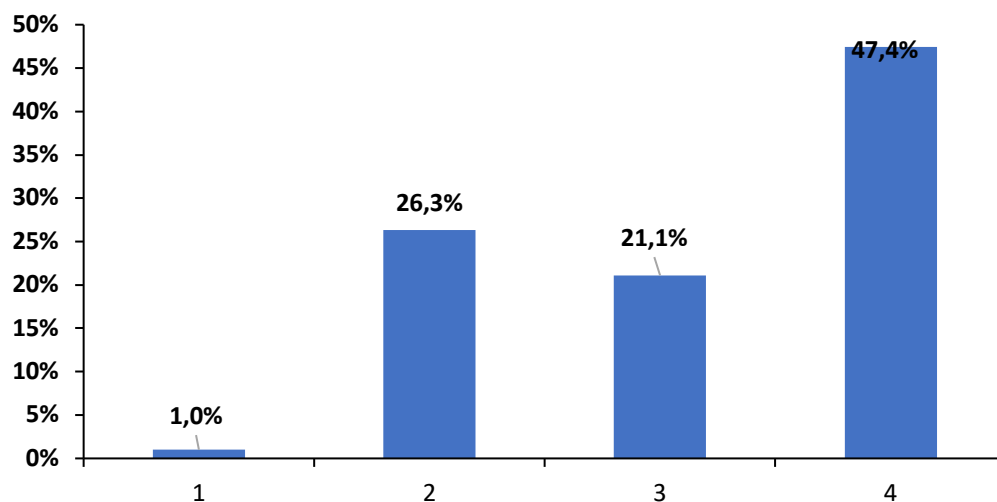
**Fonte:** elaborado pela autora.

Sobre o desejo de abrir o próprio negócio e deixar de trabalhar como empregado, a pesquisa mostra que 78,9% dos entrevistados estavam nessa situação. Com efeito, muitas pessoas lançam suas próprias empresas porque veem uma demanda não atendida ou uma lacuna no mercado, ou porque acreditam que podem fornecer uma solução melhor, mais rápida, mais inteligente e/ou mais barata do que a

disponível. Quando essas crenças se confirmam, um novo empresário pode ganhar muito dinheiro, talvez muito mais do que poderia ganhar trabalhando para outra pessoa. Em teoria, seu potencial de ganhar dinheiro é limitado apenas pela oferta e demanda - e se eles planejarem bem, eles não apenas atingirão esse potencial, mas também crescerão e escalarão.

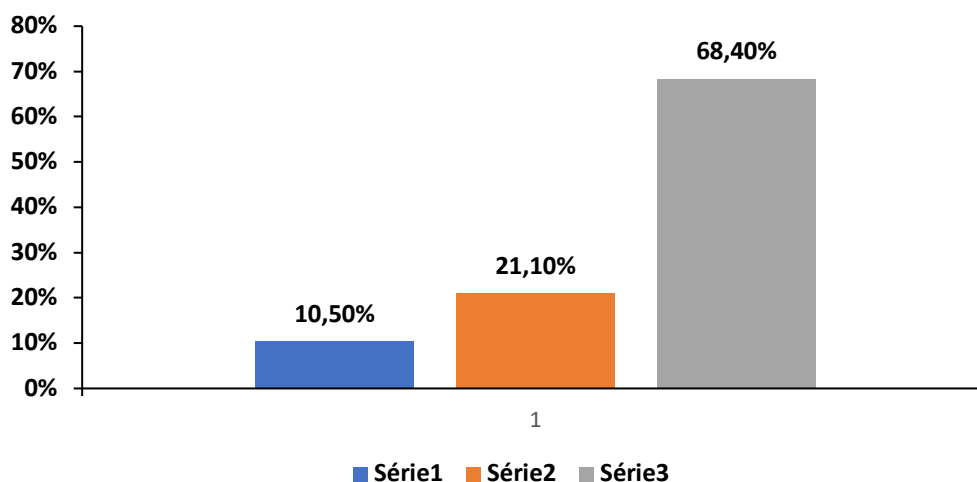
A maioria dos empreendedores compartilha uma característica-chave definidora, ou seja, a paixão. A paixão é o combustível que os empreendedores precisam para se manterem motivados ao navegar no mundo recompensador, mas também potencialmente desafiador como proprietário de uma empresa. A pesquisa mostra que a paixão é um importante preditor da persistência, criatividade e sucesso do empreendimento de um empreendedor. Em outras palavras, quanto mais apaixonado um empreendedor é por sua ideia de negócio, maior a probabilidade de sucesso em seu empreendimento. Um empreendedor pode ser apaixonado por muitas coisas, pelo serviço específico que presta, pelos produtos que desenvolve ou pode ser apaixonado por uma solução para um problema que seu negócio resolve. Para muitos empreendedores, abrir o próprio negócio sempre foi um sonho. Eles eram apaixonados por um determinado setor ou problema do cliente e decidiram tomar as medidas necessárias para cumprir seus objetivos de se tornarem proprietários de uma empresa (FARIAS; LIMA, 2020).

A pergunta 8, por sua vez, quis saber se os MEIs entrevistados trabalham só para si ou se ainda acumulam profissão em outro local como empregados. Fazer um questionamento desse pode parecer óbvio quando se trata de empreendedores individuais – pois muitos partem do pressuposto que uma pessoa por ser empreendedora individual não precisa de outro vínculo formal de trabalho –, mas o resultado mostra que esse assunto não é trivial, uma vez que 31,6% não obstante trabalharem como MEIs ainda precisam trabalhar para outras pessoas a fim de complementar a renda mensal. Sobre essa questão do rendimento mensal dos entrevistados, o gráfico 4 mostra esses dados:

**Gráfico 4:** Faturamento mensal dos MEIs

**Fonte:** elaborado pela autora.

Conforme o gráfico 4 demonstra, 27,30% dos entrevistados faturam até R\$2.000,00 por mês, certamente é o núcleo dos 31,6% que declararam ter que trabalhar como empregados para outras pessoas. Os 4,3% restantes dos 31,6% que precisam ainda trabalhar para outros devem se enquadrar na categoria dos que recebem entre R\$2.001,00 até R\$4.000,00. Ou seja, para esse contingente de 31,6% de MEIs há ainda um caminho a ser percorrido a fim de se estabelecer no ramo que escolheram para que no futuro não precisem mais trabalhar para outros. Esses MEIs trabalham em qual ramo de atividade? O gráfico 5 traz essas informações:

**Gráfico 5:** Ramo de atividade dos MEIs

**Fonte:** elaborado pela autora.

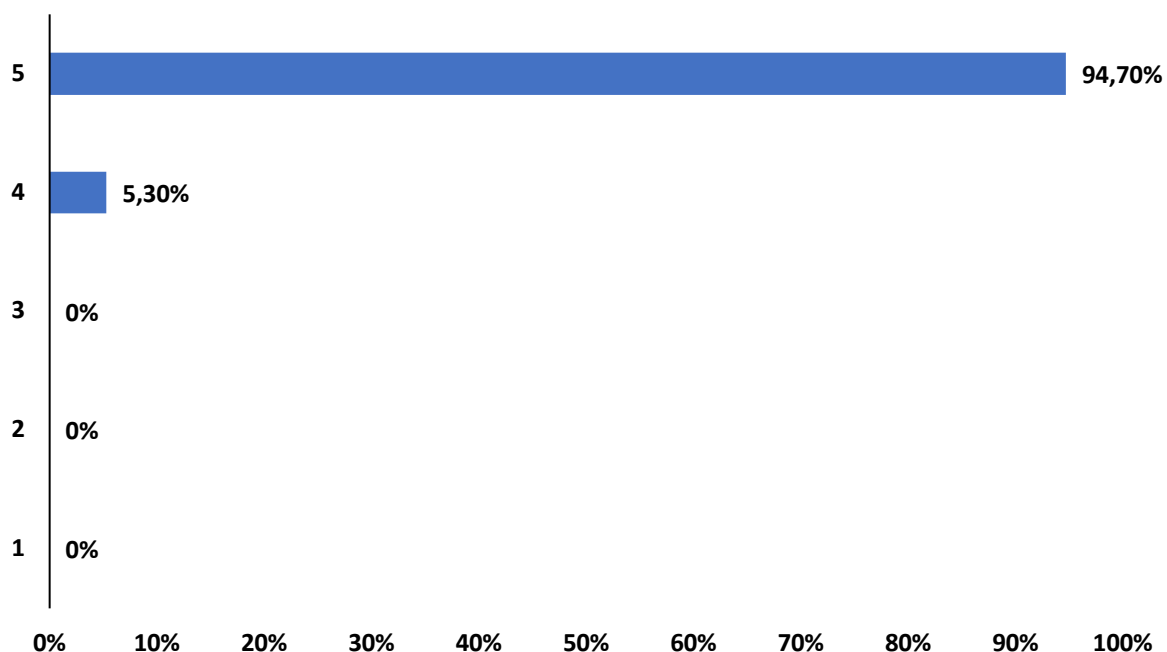
O gráfico 5 aponta que o segmento de serviços (Psicologia, advocacia, odontologia, consultoria, lavanderia, tatuagens, educação, pedreiro, encanador, serviços gerais, agente imobiliário etc.) é o que mais atrai MEIs, sendo que 68,4% dos entrevistados trabalham nesse ramo. O setor da indústria de serviços é uma parte importante de uma sociedade em funcionamento e uma economia em crescimento. Essas empresas empregam indivíduos talentosos que fornecem serviços valiosos e bens não materiais. As indústrias de serviços existem em muitos campos diferentes, e entender seu papel na sociedade pode ajudar os interessados em seguir uma carreira no serviço a entender melhor suas opções de emprego. Uma indústria de serviços fornece às pessoas produtos ou serviços intangíveis e conclui tarefas que são úteis para consumidores, clientes, empresas ou o público em geral. O segmento de serviços, ao contrário, por exemplo, das indústrias de manufatura e comércio, não depende da venda de bens materiais e produtos para obter lucro. Em vez disso, os indivíduos que trabalham no setor de serviços se concentram na conclusão de tarefas e na prestação de serviços (VERSIANI, 2019).

Segundo Versiani (2019), o segmento de serviços é uma parte importante da sociedade por uma variedade de razões, incluindo: a) prestação de serviços essenciais ao público: Muitas vezes, O segmento de serviços fornece serviços essenciais ao público, como saúde, transporte e educação, b) oferece oportunidade de emprego: À medida que as indústrias de manufatura e produção se tornam mais mecanizadas, a demanda por trabalhadores da indústria de serviços está aumentando em áreas como distribuição e vendas, criando um excedente de oportunidades. O setor de serviços oferece várias carreiras gratificantes para indivíduos apaixonados por fornecer serviços importantes para sua comunidade, c) atua como uma indicação de crescimento econômico: Muitas vezes, um setor de serviços forte ou em crescimento é um indicador de uma economia saudável. À medida que novos serviços e bens não materiais se tornam disponíveis ao público, os setores de serviços crescem para atender continuamente às necessidades dos clientes e das empresas, aumentando o impacto desse setor na economia global.

Quando esses empreendedores foram questionados se tiveram alguma ajuda do Estado (Via financiamento, Programa de Reescalonamento do Pagamento de Débitos - RELP-MEI, Auxílio Brasil, Empréstimo Caixa Tem). Esmagadora maioria dos

entrevistados, 94,7%, afirmaram não ter recebido nenhum tipo de auxílio. Apenas 5,3% fizeram o Empréstimo Caixa Tem, tal como mostra o gráfico 6.

**Gráfico 6:** Ajuda estatal aos MEIs

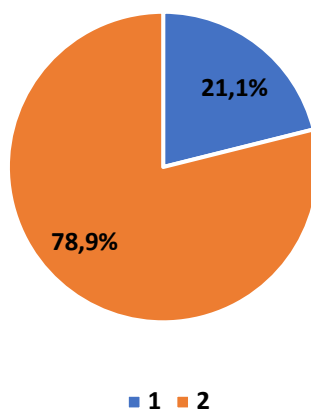


Fonte: elaborado pela autora.

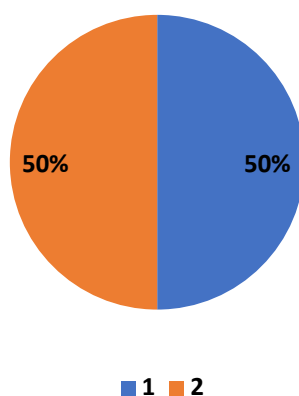
O interessante dos dados apresentados pelo Gráfico 6 é que ele revela que 94,7% não pediu nenhum tipo de ajuda ao Estado; contudo, ao mesmo tempo, o gráfico 4 demonstrou que 27,30% dos entrevistados faturam até R\$2.000,00 por mês e o gráfico 3 revelou que 31,6% não obstante trabalharem como MEIs ainda precisam trabalhar para outras pessoas a fim de complementar a renda mensal. Ou seja, os entrevistados revelam um perfil de que eles preferem se apertar e resolver as coisas por si próprios a depender de qualquer subvenção estatal. Não que seja errado contar com os auxílios do Estado, mas a opção em não fazê-lo indica uma vontade autônoma de tentar resolver os problemas por si mesmo, uma característica específica de quem procura empreender por conta própria (DORNELAS, 2007).

Em relação à questão de terem funcionários na empresa e se no caso afirmativo a essa pergunta esse funcionário pertence ou não ao grupo familiar, a resposta pode ser vista nos gráficos 7 e 8.



**Gráfico 7:** O MEI possui funcionário?

**Fonte:** elaborado pela autora.

**Gráfico 8:** O funcionário é membro da família?

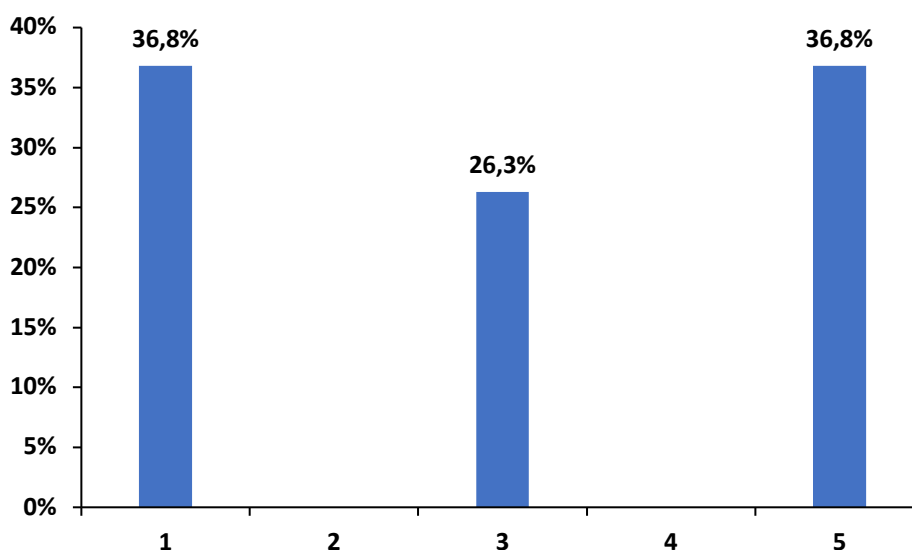
**Fonte:** elaborado pela autora.

Conforme demonstrado pelo gráfico 7, 78,9% dos MEIs optam por trabalharem sozinhos. A razão disso é a maximização do lucro auferido. Como o MEI pode faturar até R\$81 mil mensais (R\$ 6.750 por mês), ele se aperta e faz de tudo para que essa estreita margem de lucro fique para si, o que lhe permitirá mais a frente ter um fluxo de caixa maior e assim ter mais condições de expandir o negócio. Os que precisam de ajuda para o andamento dos negócios, 21,1% conforme o gráfico 7, são divididos

em dois grupos: 50% contrataram um familiar e outros 50% contrataram alguém de fora do seio familiar.

Em relação à pandemia de Covid-19 e as políticas de restrição adotadas pelo Estado de São Paulo, os empreendedores foram questionados em que medida eles foram afetados por essa questão. O gráfico 9 mostra as respostas:

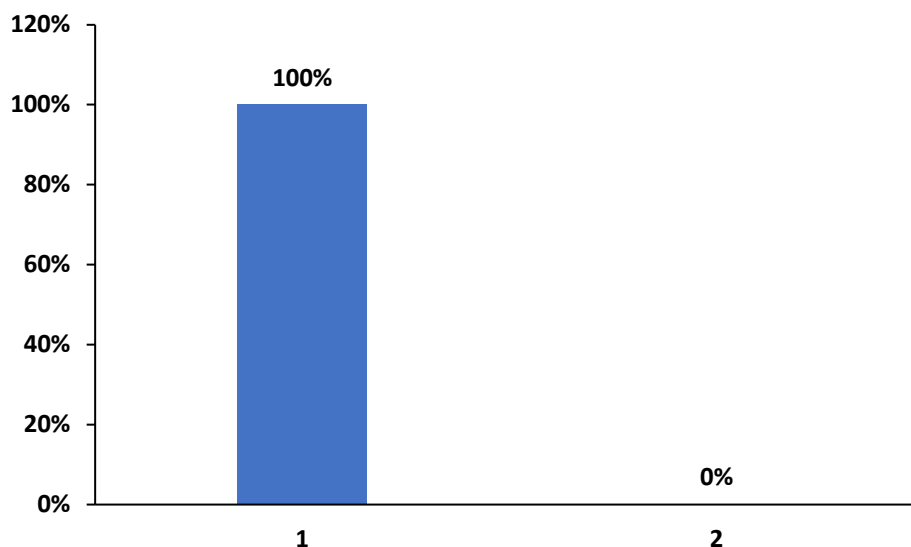
**Gráfico 9:** A pandemia afetou os negócios



**Fonte:** elaborado pela autora.

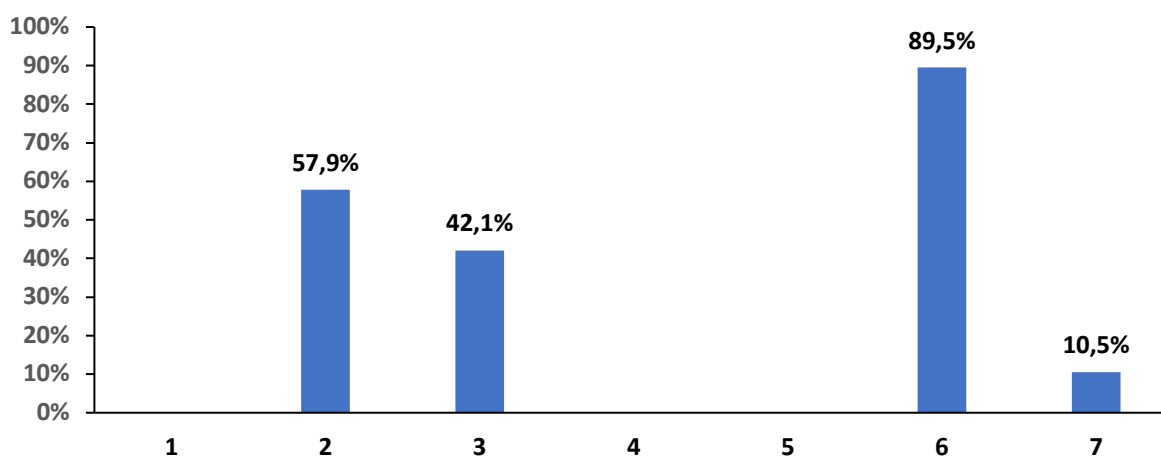
O interessante das repostas é que as respostas oscilaram entre os extremos: 36,8% consideraram que afetou muito, já a mesma porcentagem disse que afetou pouco. Uma possível explicação para essa relação simétrica é a de que uma parte dos empreendedores deve trabalhar com serviços tidos como essenciais, já outra parte deve trabalhar em ramos de atividades entendidos à época como não-essenciais e assim acabaram sentido mais os efeitos das medidas de restrição. De qualquer forma, essa questão já foi estuda por outros autores com mais profundidade e a conclusão deles é a de que os autônomos são sim os que mais foram prejudicados pela pandemia do Covid-19 (MÁXIMO, 2021; RIBEIRO, 2022).

Ainda sobre a pandemia, em relação ao gráfico 7, 21,1% dos que disseram ter funcionários foram questionados se precisaram demitir seus empregados por conta da pandemia. A resposta foi unânime: nenhum MEI precisou realizar a demissão de seus colaboradores, conforme mostra o gráfico 10.

**Gráfico 10:** Demissão de funcionários na pandemia

**Fonte:** elaborado pela autora.

Outra questão feita aos MEIs dizia respeito à relação deles com a internet e com os aplicativos de mensagem. O gráfico 11 explicita esses dados:

**Gráfico 11:** uso da internet e app de mensagem pelos MEIs

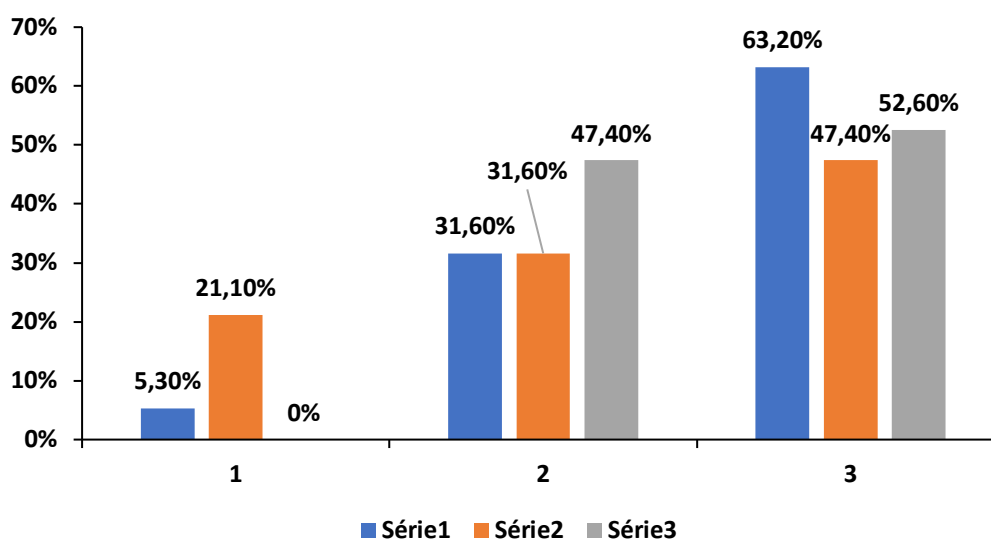
**Fonte:** elaborado pela autora.

Os dados do gráfico 11 permitem dizer que 89,5% usam da internet, por meio dos aplicativos de mensagens, para alavancar as vendas. Com efeito, a Internet oferece um amplo mercado em que os clientes acessam o site de fornecedores de serviços e solicitem o serviço que desejam comprar on-line e podem fazer o pagamento por meio de links online. A Internet oferece um meio ideal, dado o seu alcance, para os empreendedores alcançarem seus clientes e o público em geral

sobre os produtos e serviços de seus sites. A Internet permite que a organização se conecte com todos os seus clientes e construa uma forte rede com eles. O feedback do cliente e suas contribuições sobre a empresa são usados para melhorar a eficiência das operações e levar a empresa a um nível mais elevado e assim ganhar mercado. O certo é que os empreendedores que não utilizam sequer aplicativos de mensagens, 10,5% conforme o gráfico 11, terão dificuldades nesse mercado que é extremamente competitivo e conectado (TURCHI, 2021).

Enfim, o último grupo de questões feito aos MEIs era relacionado ao do padrão de vida, saúde mental e sensação de felicidade após a decisão de se tornarem MEIs. O gráfico 12 mostra esses dados:

**Gráfico 12:** Padrão de vida após o MEI



**Fonte:** elaborado pela autora.

Em relação ao padrão de vida (capacidade de poder aquisitivo), 63,2% afirmaram que melhorou após a opção de se tornar MEI. Para a maioria, a saúde mental também melhorou depois de abrir o próprio negócio (47,4%) e, por fim, 52,6% afirmaram que se sentem mais felizes após trilharem o caminho do empreendimento por conta própria. Com base nesses dados, pode-se afirmar que quando o indivíduo tem em seu perfil as condições de trilhar o caminho do empreendedorismo individual é recomendável que isso seja feito uma vez que terá altas chances de ter ganhos em nível de padrão de vida, melhor saúde mental e se sentir mais feliz e realizado.

Cumpra dizer que essa afirmação foi feita também pela *Wharton School of Business* (Universidade da Pensilvânia) (CORSINO, 2022).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando que o objetivo desse trabalho consistiu em analisar os pontos positivos e negativos de uma pessoa se tornar MEI, pode-se afirmar, com base na pesquisa de campo que há muitos mais pontos positivos do que negativos, partindo do pressuposto que a pessoa que desejar tornar-se empreendedora individual possua o DNA compatível para esse tipo de trabalho.

Pontos positivos: 78,9% dos entrevistados eram trabalhadores empregados antes do MEI. Partir para essa modalidade de trabalho deu a esses trabalhadores a tão sonhada emancipação das ordens imediatas dos patrões; ao ser MEI a pessoa passa a ser patroa de si mesma. O MEI é um caminho eficaz para um *booster* financeiro, uma vez que 47,7% dos entrevistados disseram que conseguem faturar de R\$4.000,00 até R\$6750,00. O MEI passa a depender menos de ajudas e benesses do Estado, tal como afirmaram 94,7%. Ser MEI permite a contratação de um funcionário, sendo legal a contratação de um membro familiar. Isso é positivo pois é dessa forma que as empresas familiares iniciam. Enfim, a saúde mental (47,4%), o padrão material de vida (63,2%) e a sensação de felicidade (52,6%) também melhoram quando a pessoa se torna MEI.

O grande ponto negativo a ser destacado, com base na entrevista realizada, é que mesmo se tornando MEI alguns (31,6%) ainda precisam acumular ao trabalho de MEI o trabalho como empregado para outra pessoa/empresa. Nesse cenário, a pessoa deve estar ciente de que precisará trabalhar muito e sacrificar boa parte de sua vida pessoal se de fato quiser fazer com que o seu negócio prospere.

Para trabalhos futuros a recomendação que se pode dar a partir dessa pesquisa consiste em aumentar o número de pessoas entrevistadas. Ora, essa pesquisa contou com a participação de 20 pessoas, o que inegavelmente é um número baixo quando se pensa em termos estatísticos. Assim, quanto mais se ampliar o número de participantes então mais precisão se terá sobre a percepção da temática em questão. Vale ainda lembrar que ao se aumentar o número de integrantes na pesquisa menor será o erro na taxa de desvio padrão.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AIDAR, M. **Empreendedorismo**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: Conceitos e Definições. **Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, 1(1): 25-38, 2014. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/233174264.pdf>. Acesso em: 02 dez. de 2022.

CARLEN, J. **A Brief History of Entrepreneurship**. Columbia University Press, 2016.

CORSINO, M. C. **Empreendedores são mais felizes**. Cursos CPT, 2022. Disponível em: <https://www.cpt.com.br/noticias/empreendedores-sao-mais-felizes>. Acesso em: 02 dez. de 2022.

DOLINSKY, A. L.; CAPUTO, R. K. Health and female self-employment. **Journal of Small Business Management**, 41, 3, p. 233 – 241, 2018.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo corporativo: conceitos e aplicações. **Revista de Negócios**, Blumenau, v, 9, n. 2, p. 81-90, abril/junho 2004. Disponível em: <https://bu.furb.br/ojs/index.php/rn/article/view/289/276>. Acesso em: 02 dez. de 2022.

\_\_\_\_\_. J. C. A. **Empreendedorismo**: Transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2007.

\_\_\_\_\_. J. C. A. **Empreendedorismo Corporativo**. Campus: Rio de Janeiro, 2003.

\_\_\_\_\_. J. C. A. **Empreendedorismo transformando ideias em negócios**. 7 ed. São Paulo: Empreende, 2018.

FARIAS, S. W. F.; LIMA, A. R. S. Um estudo bibliográfico sobre o planejamento estratégico em micro e pequenas empresas. v. 4 n. 1, **Planejamento, Estratégia e Competitividade**, 2020.

GLOVA, J.; S., T.; VAJDA, V. Business models for the internet of things environment. **Procedia Economics and Finance**, v. 15, p. 1122-1129, 2014.

HÉBERT, R. F.; LINK, A. N. **A History of Entrepreneurship**. Routledge: London, 2012.

HEILBRONER, R. L. **The Worldly Philosophers**: The Lives, Times And Ideas Of The Great Economic Thinkers. Touchstone, 2005.

MÁXIMO, W. **Trabalhadores autônomos foram mais prejudicados por pandemia em 2020**. Agência Brasil, 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-04/trabalhadores-autonomos-foram-mais-prejudicados-por-pandemia-em-2020>. Acesso em: 01 dez. de 2022.

MELO, N. M. **Sebrae e empreendedorismo: origem e desenvolvimento**. Universidade Federal de São Carlos, 2008. Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/bitstream/handle/ufscar/1476/2043.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 02 dez. de 2022.

RIBEIRO, L. V. S. **Pandemia ainda afeta trabalho autônomo em PG**. UEPG, 2022. Disponível em: <https://periodico.sites.uepg.br/index.php/todas-as-noticias/240-economia/2745-pandemia-ainda-afeta-trabalho-autonomo-em-pg>. Acesso em: 02 dez. de 2022.

STAUSS, B. Global word of mouth. **Marketing Management**, v. 6, n. 3, p. 28–30, 2017.

TURCHI, S. **Estratégias de marketing digital e e-commerce**. São Paulo: Atlas, 2021.

VERSIANI, F. Características de liderança das mulheres empreendedoras: um estudo de caso no setor de serviços. **Revista de Administração da UNIMEP** . v.17, n.1, Janeiro- Abril – 2019. Disponível em: <http://www.raunimep.com.br/ojs/index.php/rau/article/view/1000/784>. Acesso em: 01 dez. de 2022.