

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
CAMPUS DO PANTANAL
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

LAURIANE DE SOUZA FARIAS

**PERFIL DAS MICRO EMPREENDEDORAS INDIVIDUAIS NO SETOR COM
MAIOR REPRESENTATIVIDADE NO MUNICÍPIO DE CORUMBÁ (MS)**

Corumbá/MS
2020

LAURIANE DE SOUZA FARIAS

**PERFIL DAS MICRO EMPREENDEDORAS INDIVIDUAIS NO SETOR COM
MAIOR REPRESENTATIVIDADE NO MUNICÍPIO DE CORUMBÁ (MS)**

Relatório de Estágio Obrigatório Profissional
apresentado ao curso de Administração da
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul/
Campus do Pantanal, para obtenção do título de
Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Roosiley dos Santos Souza

Corumbá/MS
2020

LAURIANE DE SOUZA FARIAS

**PERFIL DAS MICRO EMPREENDEDORAS INDIVIDUAIS NO SETOR COM
MAIOR REPRESENTATIVIDADE NO MUNICÍPIO DE CORUMBÁ (MS)**

Relatório de Estágio Obrigatório Profissional do Curso em Administração, submetido à Banca Examinadora composta pelos Professores da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Graduado.

Aprovado em: _____

Profa. (Dra.) Roosiley Santos Souza (Orientador)

Prof. (Dra.) Dirce Sizuko Soken (Membro da Banca)

Prof.^a. Dr.^a. Antonia Marcia Rodrigues de Sousa (Membro da Banca)

**CORUMBÁ – MS
2020**

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus por me iluminar, me dar forças e me guiar sempre pelo melhor caminho, me trazer paz em momentos difíceis, alegrar todas as manhãs e me dá sabedoria.

À professora, orientadora, conselheira e amiga Roosiley Santos Souza, pela valiosa orientação recebida e pela competência e dedicação oferecidas mesmo com seus muitos compromissos rotineiros. Obrigada por se preocupar e me ensinar a ser uma profissional em administração. Tenho orgulho de te – lá como orientadora.

Aos professores e professoras que durante esses quatro anos me mostrarão como é bom ser bacharel em administração e administradora, onde fiquei admirada pela profissão. Obrigado pelas aulas fascinantes sobre administração, por me ensinarem a ser uma profissional e dedicarem o tempo em ensinar.

Aos colegas da turma, em especial aos: Luis Felipe Neves de Oliveira, Roberson Franco da Costa e Luiz Gustavo Matran Capucci, por acreditarem no meu potencial, pelo excelente convívio, por escutarem minhas aflições e descobertas, pela amizade e pelo apoio e incentivo nos momentos difíceis da minha vida.

Aos meus pais Marileide Souza e Geová Farias de Souza, pelo apoio, pela dedicação, amor, paciência e carinho demonstrados ao longo de tantos anos, por acreditarem no meu potencial, em investirem em mim e apoiarem sempre.

Aos meus irmãos Leidiane Souza Farias e Geovane Souza Farias e meu cunhado Miller da Silva Souza, pela amizade, apoio, incentivo, ajuda, aprendizados, e por nunca deixarem eu desisti, acreditarem em mim quando eu mesma não acreditava.

RESUMO

O número de Micro empreendedoras individuais está crescendo progressivamente, contudo há poucos estudos disponíveis sobre esse tema, principalmente na área de estudo que é o município de Corumbá – MS. Diante dessa informação o objetivo desse estudo é identificar qual é o perfil individual das MEIs no maior setor de representatividade do município de Corumbá – MS, partindo das variáveis: o perfil demográfico, informações socio econômicas, informações sobre a empresa e percepções do empreendedorismo. A metodologia utilizada foi a exploratória e descritiva. Quanto à natureza da pesquisa, o presente estudo se caracteriza por ser qualitativo. A abordagem qualitativa foi usada para a análise das entrevistas das MEIs atuante no setor de Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios, utilizando essa abordagem foi possível compreender e classificar os processos da entrevista vivida, entendendo as características de cada caso que foi estudado. Quanto à escolha do objeto de estudo foi utilizado a amostragem não probabilística, utilizando – se da técnica para selecionar a amostra, a técnica autogerada ou bola de neve (*snowball*). Quanto à técnica de coleta de dados para a pesquisa utilizou-se de três formas: pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e entrevista. A entrevista foi feita com 5 micro empreendedoras individuais, por meio de um questionário semi - estruturado. Quanto à técnica de análise de dados utilizada foi a análise de conteúdo. Como resultados, pode-se concluir que as mulheres empreendedoras possuem características empreendedora, são persistentes, não tem medo de investir na empresa, tem amor pelo negócio e se sentem realizadas. Além disso, por maiores as dificuldades que já passaram, sempre acreditaram no negócio e nunca desistiram. Também pode-se destacar que o empreendedorismo feminino gera economia local, por movimentar dinheiro, gerar empregos e proporciona crescimento individual e coletivo.

Palavras Chaves: Empreendedorismo feminino, Micro empreendedor individual, Características empreendedoras.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – CONTRIBUIÇÃO POR TIPO DE ATIVIDADE.....	21
Quadro 2 - CARACTERÍSTICAS X TRAÇOS MARCANTES DE UM EMPREENDEDOR DE SUCESSO.....	23
Quadro 3 - CARACTERÍSTICAS DE COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR - CCE.....	24
Quadro 4 - SETORES COM MAIOR REPRESENTATIVIDADE GÊNERO FEMININO, NO MUNICÍPIO DE CORUMBÁ - MS.....	28
Quadro 5 - INFORMAÇÕES SOBRE A EMPRESA.....	30
Quadro 6 - PERCEPÇÕES DO EMPREENDEDORISMO.....	33

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – CRESCIMENTO NO NÚMERO DE EMPREENDEDORES – PERCENTUAL DA POPULAÇÃO DE 18 A 64 ANOS	12
Figura 2 – MOTIVAÇÃO PRINCIPAL PARA INICIAR UM NOVO NEGÓCIO.....	13
Figura 3 – GÊNERO, FAIXA ETÁRIA, ESCOLARIDADE E RENDA FAMILIAR.....	14

LISTA DE TABELA

Tabela 1 – COMPARATIVO GÊNERO - ESTADO X MUNICÍPIO.....	09
---	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

MEI	Micro empreendedor individual
IBGE	Instituto Brasileiro de geografia e estatística
GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
ISS	Imposto sobre serviço de qualquer natureza
ICMS	Imposto sobre circulação de mercadoria e serviços
INSS	Instituto nacional do seguro social
SOFTEX	Associação para Promoção da Excelência do Software Brasileiro
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
CNAE	Classificação Nacional de Atividades Econômicas

Sumário

1	INTRODUÇÃO.....	7
1.1	OBJETIVOS.....	8
1.1.1.	Objetivo Geral.....	8
1.1.2.	Objetivos Específicos.....	8
1.2	JUSTIFICATIVA.....	8
1.3	Caracterização do Local da Pesquisa.....	10
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	11
2.1	O Empreendedorismo no Brasil.....	11
2.2	Definindo o empreendedor.....	14
2.3	Tipos de empreendedor.....	15
2.4	O Empreendedorismo Feminino.....	17
2.5	Micro Empreendedor Individual (MEI).....	19
2.6	Características Comportamentais Empreendedoras.....	21
3	PROCEDIMENTO METODOLÓGICO.....	26
4	APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	29
4.1	Setor com maior representatividade feminina na categoria MEI no município de Corumbá (MS).....	29
4.2	Perfil sociodemográfico.....	30
4.3	Informações Socioeconômicas.....	31
4.4	Informações sobre a empresa.....	31
4.5	Percepções do Empreendedorismo.....	34
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	39
	REFERÊNCIAS.....	41
	APÊNDICE.....	44
	APÊNDICE A – Formulário do Questionário aplicado.....	45
	ANEXO A – Declaração e Termo de Autenticidade e de Autoria Própria.....	49

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo no Brasil começou a ser discorrido na década de 1990, quando foi criada entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTEX) (Dornelas, 2008).

É perceptível no Brasil o crescimento dos empreendedores, que podemos comprovar junto aos dados do relatório *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2019), ao relatar que o país obteve crescimento no número de empreendedores totais em relação ao ano anterior (2018). Em números são 53.437.971 pessoas empreendendo no ano de 2019, contra 51.972.100 no ano de 2018, esses números são a soma de todos os empreendedores, tanto na fase inicial quanto os já estabelecidos (GEM, 2019).

Conforme os dados mencionados acima é possível observar a importância que o empreendedor tem para economia. Sendo que a era atual pode ser chamada de a era do empreendedorismo, porque são os empreendedores que estão “eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e empregos, quebrando paradigmas e gerando riquezas para a sociedade” (DORNELAS 2008, P. 06).

Analisando o contexto de empreendedorismo feminino, as mulheres estão ganhando cada vez mais espaço na publicação de trabalhos científicos, ocupando cargos alto em empresas e empreendendo com o próprio negócio (Franco, 2014). Ainda, de acordo com o relatório *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2019) as empreendedoras representam em números 16,1 milhões em fase inicial e 9,7 milhões em empreendimento consolidado, a pesquisa mostra ainda que as mulheres não são mais de 50%, porém a diferença é pouca entre homens e mulheres que estão empreendendo (GEM,2019).

A maioria dos empreendimentos de mulheres são micro ou de pequeno porte, isso se confirma se olharmos no âmbito estadual no estado de Mato Grosso do Sul à medida que o DataSebrae (2019) aponta que 70,7% das empreendedoras de MS são da subcategoria Micro Empreendedoras Individuais (MEI). Localmente esses dados se confirmam, segundo o Portal do Empreendedor (2020), no mês de julho no município de Corumbá (MS) totalizava o registro de 4.106, sendo 2.229 mulheres.

Esta pesquisa constitui uma área relevante por gerar dados específicos do

município de Corumbá, contemplando setor de maior incidência de MEI's. A proposta exposta tem como o objetivo apresentar O Perfil das Micro Empreendedoras Individuais no setor com maior representatividade no município de Corumbá (MS).

Neste sentido, além desta introdução, um breve contexto do objeto de estudo – o município de Corumbá, a revisão de literatura sobre O Empreendedorismo no Brasil, definindo o empreendedor, O Empreendedorismo Feminino, Micro Empreendedor Individual (MEI) e Características Comportamentais Empreendedoras. Após, é descrito o procedimento metodológico usado na pesquisa. A apresentação dos dados coletados e análise e discussões dos resultados constam na sequência, seguida das considerações finais e referências utilizadas.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1. Objetivo Geral

Identificar o perfil das Micro Empreendedoras Individuais no setor com maior representatividade no município de Corumbá (MS)

1.1.2. Objetivos Específicos

1.1.2.1 Analisar o setor com maior representatividade do gênero feminino na categoria Micro Empreendedoras Individuais - MEI no município de Corumbá (MS);

1.1.2.2 Descrever o perfil socioeconômico;

1.1.2.3 Apresentar as Características Comportamentais Empreendedoras – CCE;

1.1.2.4 Delinear o Perfil das Micro Empreendedoras Individuais no município de Corumbá (MS)

1.2 JUSTIFICATIVA

Desde a criação da categoria do Micro Empreendedor Individual no Brasil em 2008, o seu crescimento é notório em todo o território nacional. De acordo com o Portal do Empreendedor, no mês de junho de 2020, já totalizava 10.323.426 em todo o país, no Estado de Mato Grosso do Sul (MS), o número era de 145.035 e no município de

Corumbá (MS) para o mesmo período totalizava o registro de 4.106.

A tabela 1, apresenta um panorama comparativo em relação ao gênero entre o estado do MS e o município – *locus* de estudo.

Tabela 1: Comparativo Gênero - Estado x Município

Região	Gênero Masculino	Gênero Feminino
Mato Grosso do Sul	77.573	67.462
Corumbá	1.877	2.229

Fonte: Dados Portal do Empreendedor/Estatísticas

Observa-se uma diferença entre os gêneros no estado, cuja predominância na categoria MEI é do gênero masculino, porém, quando se observa os dados para o município de Corumbá o gênero predominante na categoria MEI é o feminino.

Assim, surgiu a proposta para o referido estudo, que foi identificar o perfil das Micro Empreendedoras Individuais no setor com maior representatividade no município de Corumbá (MS), analisando o setor com maior representatividade feminina na categoria Micro Empreendedoras Individuais - MEI; descrevendo o perfil socioeconômico; apresentando as Características Comportamentais Empreendedoras – CCE tendo como base as dez características essenciais do comportamento empreendedor que são trabalhadas no seminário EMPRETEC pelo SEBRAE.

O programa EMPRETEC de acordo com Santos et al (2009):

“é um seminário intensivo, destinado a aumentar o potencial do empreendedor para melhor gerir seu negócio ou iniciar uma empresa com maior probabilidade de sucesso. Realizado em parceria com a ONU e a Agência Brasileira de Cooperação, órgão vinculado ao Ministério das Relações Exteriores, no Brasil está sob a responsabilidade do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). O Empretec, elaborado com base nas teorias de McClelland (1961, 1987), combina aspectos comportamentais do empreendedor e exercícios práticos que visam o aperfeiçoamento de habilidades empreendedoras voltadas à criação e gestão de empresas. Para tanto, o Empretec enfatiza ações relacionadas às características empreendedoras, como: busca de oportunidades e iniciativa, persistência, comprometimento, planejamento e monitoramento sistemático, independência e autoconfiança, entre outros.” (SANTOS et al., 2009.p.8)

Desta forma, apresentar o Perfil das Micro Empreendedoras Individuais no município de Corumbá (MS) para o setor de maior representatividade da categoria será

uma informação que poderá proporcionar embasamento para políticas públicas municipais voltadas para o segmento.

1.3 CARACTERIZAÇÃO DO LOCAL DA PESQUISA

A pesquisa foi desenvolvida no município de Corumbá, pertencente ao estado de Mato Grosso do Sul. A cidade está localizada na divisa com a Bolívia. seu nome de origem tupi-guarani – *Curupah*, que significa “lugar distante”, ela recebe ainda outros nomes como capital do pantanal, pois o município abriga 60 % do pantanal é considerada o berço da fauna e flora (Prefeitura municipal de Corumbá, 2020).

O município tem uma área de 64.722 km², sendo o 11º maior município brasileiro e o maior do Mato Grosso do Sul e da Região Centro-Oeste (IBGE, 2020). Outro nome que recebe é Cidade branca devido a cor branca de seu solo que é rico em calcário (Prefeitura municipal de Corumbá, 2020).

De acordo com o IBGE (2020) em 2019 a população do município é estimada em 103.703 pessoas, ficando no ranking de 4º cidade no estado com maior número de habitantes.

Segundo o IBGE (2020) a economia do município movimentou um PIB per capita de R\$ 26.107,73 reais, Com isso, o município ficou em quarto lugar no estado, logo atrás da capital, Dourados e Três Lagoas (IBGE,2020).

Fundada em 21 de setembro de 1778, Corumbá foi o terceiro maior porto da América Latina até 1930. Com a sua descoberta a cidade sempre foi muito estratégica para a região pois pelo seu porto era possível a entrada das mercadorias europeias, e por causa da sua localização fronteiriça e seu porto foi muito importante para a economia nacional e também o principal e mais importante centro comercial da região Centro-Oeste entre 1880 e 1930 (Prefeitura municipal de Corumbá, 2020).

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

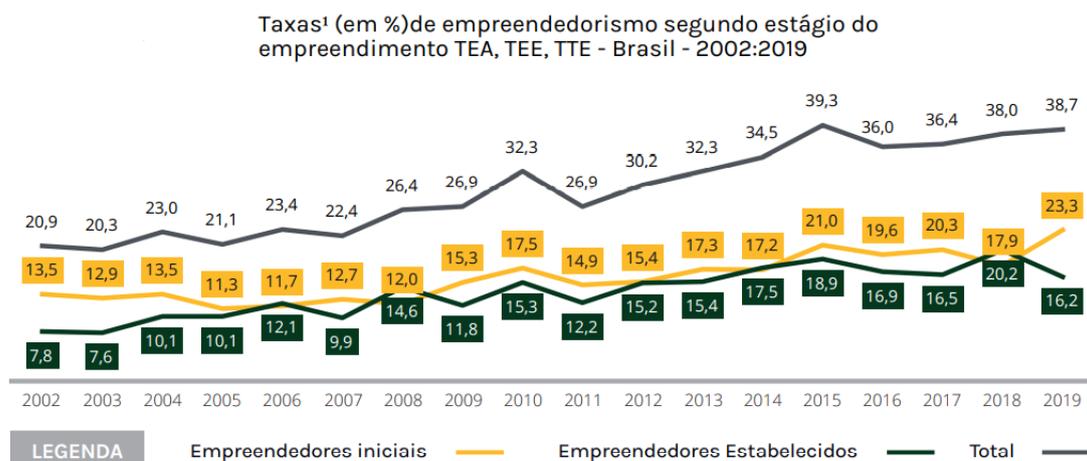
O empreendedorismo no Brasil começou a ser discorrido na década de 1990, quando foi criadas entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTEX) (Dornelas, 2008).

A pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) é um consórcio de várias equipes nacionais, que estão associadas a várias instituições de pesquisas renomadas no mundo todo que tem como foco o estudo do empreendedorismo. A pesquisa é global e coleta as informações diretamente com os indivíduos, ela é ainda feita com uma população adulta, que possibilita o entendimento das características, motivações e ambições dos indivíduos que querem empreender (GEM, 2019).

A pesquisa no Brasil foi feita com a população adulta, pessoas com idade de 18 e 64 anos, que tem um empreendimento independente se é formalizado. No ano de 2019 essa pesquisa foi realizada com uma amostra de 2.000 pessoas. A pesquisa divide os empreendimentos em duas categorias que é conforme o estágio da empresa no mercado, sendo eles: empreendedores iniciais (subdivididos em nascentes ou novos) e empreendedores estabelecidos (GEM, 2019).

De acordo com o relatório GEM (2019) o país obteve crescimento no número de empreendedores totais em relação ao ano anterior (2018). Em números são 53.437.971 pessoas empreendendo no ano de 2019, contra 51.972.100 no ano de 2018, esses números são a soma de todos os empreendedores, tanto na fase inicial quanto os já estabelecidos (GEM, 2019). A evolução pode ser observada na figura 1, a seguir:

Figura 1: Crescimento no número de empreendedores - Percentual da população de 18 a 64 anos.



Fonte: GEM BRASIL,2019

Ao analisar os números das taxas dos empreendimentos iniciais e estabelecidos percebemos que houve diferenças em relação a crescimento e declínio das taxas. O relatório GEM (2019) mostra que em relação a taxa de empreendimento inicial cresceu de 17,9% em 2018 para 23,3% em 2019, enquanto a taxa de empreendimento estabelecido declinou de 20,2% em 2018 para 16,2% em 2019.

De acordo com o relatório, a explicação dessa variação seja o momento social causada pela pandemia do Covid - 19 e econômico que o país está vivendo, que por um lado se vê otimista do lado financeiro e empresarial, a retomada da economia e por outro os dados desanimadores da taxa de desemprego no país.

Ao recorrer aos dados do IBGE (2020) por meio dos seus Indicadores da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua referente ao Primeiro Trimestre de 2020, o Brasil terminou o primeiro trimestre em 12,2%, com 12,85 milhões de desempregados no país, e diz ainda que todas as regiões do Brasil apresentaram aumento da taxa de desemprego, causada pela pandemia do Covid – 19.

O relatório GEM aponta que no ano de 2019 o declínio e a desistência dos empreendedores devido à crise anteriores que o país passou, onde houve endividamentos, inadimplência e baixa procura dos consumidores (GEM,2019).

O desemprego como citado acima é um dos motivos que levam brasileiros e brasileiras a abrirem um empreendimento. O relatório GEM pesquisa as diversas motivações que leva os brasileiros a iniciar um negócio. O relatório GEM sempre classificou de duas formas, por necessidade e por oportunidade, contudo no relatório do

ano de 2019, houve uma inovação quanto a classificação da motivação que leva os brasileiros a iniciarem o negócio. Nessa nova pesquisa, foi colocada quatro frases, onde eles manifestavam as razões para a abertura do negócio positiva ou negativamente com a frase (GEM, 2019).

Essa nova forma de pesquisar contribui para uma melhor explicação para as razões da abertura do negócio. As respostas dos entrevistados ficaram da seguinte forma: Para ganhar a vida porque os empregos são escassos = 88,4%; Para fazer diferença no mundo = 51,4%; Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta = 36,9%; Para continuar uma tradição familiar = 26,6% (GEM,2019). Esses dados estão no total para a afirmação das frases, onde o entrevistado pode ter escolhido mais de uma frase, considerando que mais de uma razão o levou para a abertura da empresa. Já na figura 2 abaixo mostra os números em porcentagem as afirmativas respondidas pelos entrevistados, somente para aquela questão.

Figura 2: Motivação Principal para iniciar um novo negócio

Motivação principal¹ para iniciar um novo negócio - Brasil 2019

Motivação	% dos empreendedores iniciais
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	26,2
Para fazer diferença no mundo	1,6
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	1,0
Para continuar uma tradição familiar	0,4
Mais do que uma motivação	70,8
Total	100,0

Fonte: GEM Brasil 2019

¹ Redução dos percentuais para a tabela 1.2 considerando a condição do empreendedor ter respondido afirmativamente somente para aquela questão.

Fonte: GEM BRASIL,2019

Conforme as pesquisas do relatório GEM os homens sempre empreenderam mais que as mulheres, no relatório de 2019 não foi diferente quando se trata de empreendimentos já consolidados 56,5% pertence a homens e 43,5% são de mulheres, contudo quando analisamos os dados de empreendimentos em fase inicial, a porcentagem é 50% de homens e 50% de mulheres que estão empreendendo (GEM,2019).

Os dados em questão de gênero são muito importante pois mostra que apesar das mulheres não serem mais de 50% no total de brasileiros empreendendo, elas são em números 16,1 milhões em fase inicial e 9,7 milhões em empreendimento consolidado, sendo um número muito expressivo, levando em consideração as diversas barreiras que enfrentam (GEM,2020).

A faixa etária dos empreendedores brasileiros tem uma grande diferença, 27,7%

dos empreendedores em fase inicial tem 25 a 34 anos, enquanto os empreendedores com empreendimentos já consolidados estão na faixa etária de 45 a 54 anos, que corresponde a 27,5% do total (GEM,2019). Conforme apresentado na figura 3, a seguir:

Figura 3: Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Renda Familiar

**Taxas específicas¹ (em %), percentuais e estimativas²
empreendedores iniciais e estabelecidos segunda as
características sociodemográficas - Brasil - 2019**

Características sociodemográficas	Iniciais			Estabelecidos		
	TEA (23,3%)	Estimativa do número de empreendedores		TEE (16,2%)	Estimativa do número de empreendedores	
		Nº (em milhões)	Percentual		Nº (em milhões)	Percentual
Sexo						
Masculino	23,5	16,1	50,0	18,4	12,6	56,5
Feminino	23,1	16,1	50,0	13,9	9,7	43,5
Total	32,2	32,2	100,0	22,3	22,3	100,0
Faixa Etária						
18 a 24 anos	24,3	6,2	19,3	7,2	1,8	8,2
25 a 34 anos	26,1	8,9	27,7	12,7	4,3	19,4
35 a 44 anos	26,7	8,7	27,1	18,2	5,9	26,5
45 a 54 anos	22,6	5,8	18,2	23,8	6,1	27,5
55 a 64 anos	12,4	2,5	7,7	20,5	4,1	18,4
Total	32,2	32,2	100,0	22,3	22,3	100,0
Escolaridade³						
Fundamental incompleto	18,4	5,5	17,2	23,2	7,0	31,3
Fundamental completo	23,3	6,8	21,0	20,2	5,9	26,2
Médio completo	24,4	14,9	46,2	12,0	7,3	32,7
Superior completo ou maior	27,6	5,0	15,6	12,1	2,2	9,7
Total	32,2	32,2	100,0	22,3	22,3	100,0
Renda Familiar						
Até 1 salário mínimo	23,4	5,5	17,2	13,5	3,3	14,7
Mais de 1 até 2 salários mínimos	20,6	8,4	26,0	13,4	5,6	24,9
Mais de 2 até 3 salários mínimos	22,0	6,1	18,8	17,2	4,8	21,6
Mais de 3 até 6 salários mínimos	27,1	8,6	26,8	18,0	5,8	26,2
Mais de 6 salários mínimos	31,8	3,6	11,1	24,6	2,8	12,7
Total	32,2	32,2	100,0	22,3	22,3	100,0

Fonte: GEM Brasil 2019

¹ Percentual da população referente a cada categoria da população (ex. 24,3% da população de 18 a 24 anos no Brasil são empreendedores iniciais).

² Estimativas calculadas a partir de dados da população brasileira de 18 a 64 anos para o Brasil em 2019: 138,1 milhões. Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Projeção da população do Brasil e Unidades da Federação por sexo e idade para o período 2000-2030 (ano 2019).

³ Fundamental incompleto = Nenhuma educação formal e ensino fundamental incompleto; Fundamental completo = Ensino fundamental completo e ensino médio incompleto; Médio completo = Ensino médio completo e superior incompleto; Superior completo ou maior = Superior completo, especialização incompleta e completa, mestrado incompleto e completo, doutorado incompleto e completo.

Fonte: GEM BRASIL 2019

Após a exposição do cenário no país, faz-se necessário o entendimento sobre quem é o empreendedor, é possível uma única definição? A seguir a seção apresenta os conceitos.

2.2 DEFININDO O EMPREENDEDOR

De acordo com Salim e Silva (2010) Ser empreendedor é estar sempre buscando mudar a ordem já estabelecida, é buscar inovações. Entende-se que o empreendedorismo é assumir riscos calculados, estar sempre inovando e querem ser agentes, que podem ser ainda associados a características como: ser perseverante, estabelecer metas, fazer planejamento, ter uma boa rede de contatos, entre outros.

Segundo Joseph Schumpeter (1949) “o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e matérias.” (*apud* Dornelas 2008, p.22).

Dornelas (2008) o empreendedor é a pessoa que consegue enxergar no mercado uma oportunidade de negócio, sendo que está disposto de assumir riscos desde que os mesmos sejam calculados, ele diz ainda que o empreendedor possui 3 aspectos, sendo eles:

1. Ter iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz.
2. Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive.
3. Aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar. (DORNELAS, p.23,2008)

A era atual pode ser chamada de a era do empreendedorismo, porque são os empreendedores que estão “eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e empregos, quebrando paradigmas e gerando riquezas para a sociedade” (DORNELAS 2008, P. 06).

Salim e Silva contribuem dizendo que o empreendedor cria produtos inovadores, atua na busca por soluções para problemas da sociedade e inclusão de programas governamentais para auxiliar no desenvolvimento local e regional.

2.3 TIPOS DE EMPREENDEDOR

Salim e Silva (2010), Dornelas (2008) defendem que existe dois tipos de empreendedores, por oportunidade e por necessidade, sendo esses os mais comuns.

O empreendedorismo por oportunidade é quando a pessoa enxerga uma oportunidade de empreender ou identifica um nicho de mercado, começa o empreendimento com um planejamento prévio, olhar visionário. O empreendedor por oportunidade abre seu negócio buscando melhorar de vida, explorando a oportunidade enxergada (Salim e Silva, 2010) (Dornelas, 2008).

Já o empreendedor por necessidade é o oposto do anterior, esse abre a empresa

porque não consegue se inserir no mercado de trabalho e para sobreviver ele precisa começar um negócio, geralmente são criados informalmente, sem planejamento (Salim e Silva, 2010) (Dornelas, 2008).

Gimenez (2013) defende que a necessidade não é apenas financeira, e que o indivíduo pode empreender com o desejo de transformar a sua vida.

Dornelas (2007) defende que existem 8 tipos de empreendedores:

1. Empreendedor nato: são empreendedores referências, geralmente começam trabalhando muito novo e constroem fortunas. Adquirem conhecimentos ao longo de sua carreira, criam algo novo, e aperfeiçoam suas habilidades pessoais e comerciais.
2. Empreendedor que aprende: são empreendedores que se deparam com a oportunidade de empreender, e tomam a decisão de abrir o negócio mudando de vida, antes nunca tinha pensado em ter uma empresa e todos os dias aprende algo novo referente a ser um empreendedor, como assumir riscos.
3. Empreendedor serial: é o empreendedor criador de empresa e apaixonado em empreender, a principal característica é ser dinâmico, nunca consegue ficar parado quer sempre aprende algo novo, criar algo novo, motivar sua equipe, e colocar desafios para si, na medida que são alcançados são colocados novos desafios dessa forma nunca fica acomodado.
4. Empreendedor corporativo: são empreendedores dentro de organizações, geralmente executivos que adoram colocar metas e objetivos no trabalho, assumem riscos e planejam o seu trabalho. Motivam as equipes e desenvolvem seu networking dentro e fora da organização.
5. Empreendedor social: são pessoas que não buscam recursos financeiros. Eles empreendem para ajudar alguém que não tem condições. O seu trabalho é na área humanitária, ele cria oportunidades para outros.
6. Empreendedor por necessidade: já foi mencionado, eles são pessoas que começaram a empreender por uma motivação negativa, geralmente são informais e possuem um lucro baixo.
7. Empreendedor herdeiro: são pessoas que herdaram empresas e cargos da família. Veem os antecessores como exemplo. Começam a trabalhar muito novos. Alguns desejam fazer mudanças nas empresas, já outros são conservadores a sua principal missão é multiplicar o patrimônio da família.
8. Empreendedor normal / planejado: são os empresários que planejam todos os passos da empresa afim de minimizar riscos, estabelecem prazos, metas e objetivos. Geralmente são os que tem mais sucesso, sendo a taxa de mortalidade da empresa desse tipo de empreendedor menos. (DORNELAS, p.16 ,2007)

Podemos perceber que existem vários tipos de empreendedores, e eles podem ser definidos de acordo com o que motivou a abertura da empresa. O empreendedorismo é para homens e mulheres e podemos encontrar características empreendedoras em ambos, essas características podem ser de acordo com o motivo que levou a fundação da empresa.

No próximo tópico iremos conhecer o empreendedorismo feminino e suas características.

2.4 O EMPREENDEDORISMO FEMININO

As mulheres estão ganhando cada vez mais espaço na publicação de trabalhos científicos, ocupando cargos alto em empresas e empreendendo com o próprio negócio (Franco, 2014). Ainda, de acordo com o relatório GEM (2019) As empreendedoras representam em números 16,1 milhões em fase inicial e 9,7 milhões em empreendimento consolidado, a pesquisa mostra ainda que as mulheres não são mais de 50%, porém a diferença é pouca entre homens e mulheres que estão empreendendo (GEM,2019).

Quando se trata da subcategoria MEI no âmbito nacional o DataSebrae (2019) aponta que 43% dos MEI são mulheres. A maioria dos empreendimentos de mulheres são micro ou de pequeno porte, isso se confirma se olharmos no âmbito estadual no estado de Mato Grosso do Sul à medida que o DataSebrae (2019) aponta que 70,7% das empreendedoras de MS são da subcategoria MEI.

Esse aumento da participação das mulheres se dá pela busca do desenvolvimento tanto pessoal como profissional, que conseqüentemente ajuda na movimentação da economia do país (Machado *et al*, 2003).

Elas comecem a empreender na expectativa de ter uma qualidade de vida melhor e começar a trabalhar com o seu estilo (Franco, 2014).

Franco (2014) afirma que elas têm desenvolvido um papel muito importante tanto social quando econômico. A referida autora contribui ainda dizendo que apesar da sua importância os estudos referentes a esse tema ainda se encontram tímidos principalmente no Brasil, porém é de muita relevância uma vez que pode contribuir para desenvolvimento de políticas públicas, oferecer informações para órgão financiadores de credito e até no sentido de ser referências para outras mulheres no processo de gestão e tomadas de decisão de suas empresas.

Enquanto aos fatores que levam as mulheres a empreender são de diversas naturezas. Segundo Machado *et al* (2003) estudos apontam que as mulheres iniciam o seu negócio sem uma visão clara dos objetivos e planos da empresa, elas não planejam o seu negócio, começam a partir de um *hobby* ou de algo que saiba fazer muito bem.

Nesse sentido Franco (2014) defende que empreender em setores que já conheça e se sinta confortável a chance do negócio dar certo é maior, pois a escolha foi a partir de

um *hobby* o que proporciona uma maior oportunidade de sucesso.

Machado *et al* (2003) o classifica em três tipos de empresárias:

- I. Empresárias que iniciam a partir de uma dificuldade, são forçadas a abrir o negócio, é o caso de mulheres que perderam o cônjuge, dificuldade de se inserir no mercado de trabalho, mulheres que nunca trabalharam em empresas pública ou privada, mulheres que não querem voltar a trabalhar da maneira tradicional, entre outros.
- II. Empresárias por oportunidade são as que começam o seu negócio a partir de uma motivação positiva como por exemplo o desejo da independência financeira ou realização pessoal, elas são capazes de usar a criatividade e gerar economia criativa.
- III. Existe outros motivos ainda para as mulheres empreenderem como por exemplo: conciliar trabalho e família, sendo a proprietária do negócio elas acreditam conseguir ajustar o horário entre trabalho e família, e tem ainda outras que começam a empreender a partir de um modelo familiar.

De acordo com Machado *et al* (2003) e Franco (2014) no que se refere ao perfil, existem alguns traços que têm sido identificados como comuns em pesquisas sobre empreendedoras:

- a. A faixa etária delas se encontra entre 35 e 50 anos;
- b. A maioria são casadas e tem filhos o número de filho está entre 01 e 02 filhos;
- c. Tem um maior nível de educação formal, sendo formadas no ensino médio e possuem um curso de graduação;
- d. São donas de micros e pequenas empresas;
- e. Iniciam as empresas com baixo capital social;
- f. Iniciam empresas em setores que tenham tido experiência prévia;
- g. A maioria dos maridos é empresários ou comerciantes.

As mulheres apresentam características empreendedoras que se assemelham entre

elas. Para elas não só a razão econômica que importa, mas também as sociais e psicológicas.

Franco (2014) Machado *et al* (2013) acreditam que as empreendedoras são humildes, possuem inteligência emocional e são objetivas, tem disposição para operar em ambientes de contrariedade, usam a intuição e auto renúncia.

Outras características que são atribuídas a elas, referem-se a possuir liderança mais humanista, visão sistêmica da organização, tem uma maior paciência e persistência, são multitarefa (já que são acostumadas a liderar a casa e a empresa), preocupação com o clima organizacional e espírito de equipe, e ajuda no desenvolvimento de seus colaboradores (Franco, 2014).

As mulheres possuem várias características empreendedoras e um nível educacional maior com relação aos homens, porém elas ainda sofrem com muitas barreiras encontrada no mercado de trabalho. Franco (2014) lista algumas barreiras sendo elas: Salários menores, deficiência nas políticas sociais, dificuldades no crescimento dentro da organização, dupla jornada, falta de voz nos espaços de decisão e poder, são alguns das dificuldades.

2.5 MICRO EMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)

O micro empreendedor individual ou MEI é a figura jurídica criada pelo governo federal por meio da Lei complementar n. 128 de 2008 (Ramos, 2016). Essa subespécie de micro empresa fez a desburocratização do processo de abertura de um empreendimento formal, facilitando e chamando a atenção para a formalização.

O tratamento foi simplificado e favorecido pelos órgãos municipais, estaduais e federais, com intuito de fomentar a economia. De acordo com Ramos (2016) o MEI tem que auferir no máximo R\$ 81.000,00 reais no ano calendário e seja optante pelo simples nacional, se passar disso ele é desenquadrado passando para a próxima categoria.

Segundo Ramos (2016) a Lei complementar diz ainda que o MEI não pode ter participação em outra empresa, possua um único estabelecimento e ele pode contratar apenas um funcionário, desde que ele receba um salário-mínimo ou o piso da categoria, bem como garantir todos os direitos trabalhistas.

Ramos (2016) lista alguns benefícios de ser MEI, sendo eles:

- Os MEIs possuem CNPJ que pode ser usado para compras de matéria prima, produtos ou oferecer serviços;
- Tem acesso a serviço bancário o qual é destinado para empresas;
- Pode participar de licitação;
- Ele ainda pode emitir notas fiscais;
- Possuem direitos trabalhistas e previdenciários, bem como aposentadoria por invalidez a partir de um ano de contribuição, Auxílio-doença a partir de um ano de contribuição, Salário-maternidade, a partir de dez meses de contribuição e a família tem direito a alguns benefícios como Pensão por morte;
- Eles são isentos de qualquer obrigação escritural e são reduzidos a zero todos os custos que teriam para a sua abertura, a inscrição, o funcionamento, o alvará, a licença entre outros;
- Podem procurar um escritório de contabilidade para receber o serviço contábil gratuito conforme previsto em lei para a abertura do CNPJ.
- Ele é ainda Isento de impostos de outras categorias pagando apenas um valor fixo mensal que é independente do lucro auferido no mês, dentro desse valor ele paga a contribuição previdenciária e ainda o ICMS ou/e ISS caso seja contribuinte.

Esse valor vai depender do salário-mínimo do ano desta forma todo ano o valor é reajustado e depende ainda de que tipo de atividade econômica ele está oferecendo, sendo elas: comercio, indústria, prestação de serviço e comercio e prestação de serviço (Ramos, 2016).

Em relação ao valor mensal que é pago deve ser levado em consideração alguns fatores como: o ramo do empreendimento se é serviço ou/e comércio, contudo o valor é fixo e mensal, desta forma tem como o MEI se planejar para pagar, o boleto é gerado pelo site do Simples Nacional e pode ser pago por boleto em banco, lotérica ou caixa eletrônico, o pagamento pode ser feito online ou por debito automático (Portal do empreendedor, 2020).

Nesse valor mensal já vem o valor dos impostos, lembrando que o imposto é gerado de acordo com o ramo de atuação do MEI, o valores são: R\$ 5 reais de ISS, se a atividade for serviço, R\$ 1 real se for comercio ou indústria e 5% do salário mínimo do ano que é destinado ao INSS, no ano de 2020 esse valor fica em cinquenta e dois reais e

vinte e cinco centavos (Portal do empreendedor, 2020). O quadro 1 permite uma visualização das informações por tipo de atividade.

Quadro 1 – Contribuição por tipo de atividade.

Contribuição do MEI do ano de 2020			
Atividade	INSS	Imposto	Total
Comercio e indústria – ICMS	52,25	1 real	53,25
Serviços – ISS	52,25	5 reais	57,25
Comercio e Serviço – ICMS e ISS	52,25	6 reais	58,25

Fonte: Adaptado do Portal do Empreendedor.

Entre os benefícios de ser MEI está ainda o serviço de apoio técnico, que é oferecido pelo Sebrae e pelas salas do empreendedor que são instaladas pela prefeitura de cada cidade.

2.6 CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS EMPREENDEDORAS

De acordo com Santos *et al.* (2009) as primeiras contribuições sobre o estudo das características empreendedoras são de McClelland (1961) onde ele defende em sua teoria a importância da necessidade de realização dos indivíduos, que impacta no comportamento empreendedor.

De acordo com McClelland (1961), conforme citado por Castro (2013) o sucesso empresarial não está condicionado somente ao desenvolvimento de habilidades específicas como finanças, marketing, produção, entre outros; e nem a incentivos creditícios e/ou fiscais, mas também o aperfeiçoamento de habilidades que englobam as atitudes empreendedoras.

Na teoria de McClelland (1961), a motivação está dividida em três necessidades dominantes: A primeira é a necessidade de realização, esta se refere a necessidade do indivíduo de fazer um bom trabalho e se destacar sendo reconhecido pelo seu excelente trabalho realizado, esse indivíduo assume responsabilidade e corre riscos calculados em prol do bom desempenho, individual e do grupo ao qual está associado; A segunda é a necessidade de poder que está associada à busca de cargos de liderança, é a influência de um indivíduo sobre o outro, essa necessidade está relacionada em ser influenciador, ser responsável e ter autoridade; A terceira necessidade de afiliação esta é relacionada a

manter relacionamentos positivos, dentro da organização busca trabalhar em equipe e manter a cooperação, evitando conflitos (*apud*, Castro 2013).

A identificação das características empreendedoras tem sido um objeto de estudo entre os pesquisadores (Santos *et al.*,2009).

Salim e Silva (2010) descrevem os dez mandamentos do empreendedor, sendo características que grande parte dos empreendedores apresentam.

1. Assumir riscos: é preciso ter coragem para abrir um novo negócio, conhecimento para calcular os riscos, deve se planejar o empreendimento mapeando possíveis riscos que podem ocorrer, mas sempre em contraposição tenho um plano para esse possível risco.
2. Identificar oportunidades sistematicamente: é estar atento ao mercado identificando possíveis insatisfações por parte dos consumidores, logo após fazer uma análise de um possível empreendimento a partir da necessidade identificada.
3. Valorizar e buscar o conhecimento: empreendedores tem que estar sempre buscando conhecimento, por meio de capacitações, leituras de livros e revistas sobre sua área ou até mesmo as experiências vividas no cotidiano.
4. Habilidade com a organização: são as habilidades com os recursos humanos, materiais, financeiros e tecnológicos do empreendimento.
5. Tomada de decisões como um processo: o processo de tomada de decisão deve ser levado em considerações alguns processos, sendo eles: levantar o maior número e informações, fazer a análise, construir e avaliar as alternativas, escolher a melhor alternativa e fazer o planejamento e a implementação da mesma.
6. Desenvolver a liderança: motivar a equipe, definir objetivos e metas orientar as tarefas da organização. O bom líder se comunica com toda a organização, com fornecedores e clientes. Desta forma vai desenvolvendo comportamento de líder.

7. Dinamismo, nunca acomodação: o empreendedor tem que ter dinamismo, nunca se deixar acomodar com a rotina, sempre ter que buscar ideias para transformar coisas simples em empreendimentos efetivos.
8. Autonomia: o empreendedor tem que saber administrar os seus próprios meios, criando o seu caminho e seus próprios passos.
9. Otimismo: é uma das principais características de em empreendedor, ele sempre vai enxergar o sucesso o que faz ele enfrentar os obstáculos com mais disposição e com mais chances de não sair prejudicados dos momentos difíceis.
10. “Tino” empresarial: é o sexto sentido. Pesquisas apontam que empresários de sucesso utilizam o “tino” empresário ou popularmente conhecido como faro empresarial.

Segundo Dornelas (2008, p.24). “As habilidades requeridas de um empreendedor podem ser classificadas em três áreas: técnicas, gerenciais e característica pessoais” diante dessas habilidades é possível encontrar características.

As habilidades técnicas são relacionadas com a boa escrita, fala e saber ouvir, ser organizado, ser impessoal, sabendo trabalhar e liderar uma equipe. As habilidades gerenciais é a parte onde ele é o administrador, que deve estar preocupado com todas as áreas da empresa, sendo elas: finanças, marketing, produção, tomada de decisão, ter poder de barganha e ser criativo. Já as habilidades pessoais englobam, assumir riscos, ser inovador, visionário, disciplinado, preocupado em sempre estar mudando e nunca se acomodar, persistente, entre outras (Dornelas, 2008).

No quadro abaixo é possível visualizar tais características que foram estudadas por diversos autores que tem a linha de pesquisa o empreendedorismo.

Quadro 2 – Características X traços marcantes de um empreendedor de sucesso

Características	AUTORES							
	Schumpeter (1934)	McClelland (1961)	Drucker (1974)	Timmos (1978)	Filion (1991)	Dolabela (1999)	Leite (2002)	Dornelas (2005)
Pró-ativo	X			X	X	X	X	X
Inovador	X	X	X	X	X	X	X	X
Visionário				X	X		X	X
Criativo	X		X	X	X	X	X	
Tolerante ao risco		X		X			X	X
Motivado			X	X		X	X	X

Perseverante		X		X			X	
Autoconfiante		X		X			X	
Líder			X				X	X
Necessidade de realização		X		X			X	
Determinado		X		X		X	X	X
Independência		X		X	X		X	
Comprometido		X		X			X	X

Fonte: Kuratko, D. F. & Hodgetts, R. M. (1995, p.58), *apud* Castro (2013, p.36)

Segundo Santos *et al.* (2009) três características vêm sendo muito estudadas na área de identificação de características de empreendedores potenciais, sendo elas necessidade de realização, locus de controle interno e propensão a correr riscos. Essas características são encontradas no estudo realizado pelo Empretec.

O Empretec é um programa que forma empreendedores através do treinamento, que tem duração de 6 dias com 60 horas de capacitação, que conta com atividades práticas que são fundadas em teorias científicas. O programa foi criado pela Organização das Nações Unidas – ONU, é provida por 40 países, no Brasil é exclusivamente promovida pelo SEBRAE (SEBRAE, 2020). De acordo com Santos et al (2009, p.14) “Esses treinamentos utilizam conhecimentos obtidos por uma ampla pesquisa conduzida por McClelland e associados para a United States Agency for International Development — Usaid”.

O estudo durou anos e sugere que existe 10 características que estão relacionadas ao sucesso do empreendedor, tais características estão divididas em 3 grupos: realização, planejamento e poder (Santos *et al.*, 2009).

As 10 características que foram encontradas no estudo e são trabalhadas no Empretec são: Busca de Oportunidades e Iniciativa, Persistência, Correr Riscos Calculados, Exigência de Qualidade e Eficiência, Comprometimento, Busca de Informações, Estabelecimento de Metas, Planejamento e Monitoramento Sistemáticos, Persuasão e Rede de Contatos, Independência e Autoconfiança. No quadro 3 abaixo é possível visualizar as dez características e sua definição conforme o SEBRAE (2020).

Quadro 3 – Características de comportamento empreendedor – CCE

CCE	Definição	Características
Busca de Oportunidades e Iniciativa	Desenvolve a capacidade de se antecipar aos fatos e de criar oportunidades de negócios com novos produtos e serviços.	Age com proatividade, antecipando-se às situações. Busca a possibilidade de expandir seus negócios. Aproveita oportunidades incomuns para progredir.

Persistência	Desenvolve a habilidade de enfrentar obstáculos para alcançar o sucesso.	Não desiste diante de obstáculos. Reavalia e insiste ou muda seus planos para superar objetivos. Esforça-se além da média para atingir seus objetivos.
Correr Riscos Calculados	Envolve a disposição de assumir desafios e responder por eles.	Procura e avalia alternativas para tomar decisões. Busca reduzir as chances de erro. Aceita desafios moderados, com boas chances de sucesso.
Exigência de Qualidade e Eficiência	Relaciona-se com a disposição e a inclinação para fazer sempre mais e melhor.	Melhora continuamente seu negócio ou seus produtos. Satisfaz e excede as expectativas dos clientes. Cria procedimentos para cumprir prazos e padrões de qualidade.
Comprometimento	Característica que envolve sacrifício pessoal, colaboração com os funcionários e esmero com os clientes.	Traz para si mesmo as responsabilidades sobre sucesso e fracasso. Atua em conjunto com a sua equipe para atingir os resultados. Coloca o relacionamento com os clientes acima das necessidades de curto prazo.
Busca de Informações	Característica que envolve a atualização constante de dados e informações sobre clientes, fornecedores, concorrentes e sobre o próprio negócio.	Envolve-se pessoalmente na avaliação do seu mercado. Investiga sempre como oferecer novos produtos e serviços. Busca a orientação de especialistas para decidir.
Estabelecimento de Metas	Compreende saber estabelecer objetivos que sejam claros para a empresa, tanto em longo como em curto prazo.	Persegue objetivos desafiantes e importantes para si mesmo. Tem clara visão de longo prazo. Cria objetivos mensuráveis, com indicadores de resultado.
Planejamento e Monitoramento Sistemáticos	Desenvolve a organização de tarefas de maneira objetiva, com prazos definidos, a fim de que possam ter os resultados medidos e avaliados.	Enfrenta grandes desafios, agindo por etapas. Adequa rapidamente seus planos às mudanças e variáveis de mercado. Acompanha os indicadores financeiros e os leva em consideração no momento de tomada de decisão.
Persuasão e Rede de Contatos	Engloba o uso de estratégia para influenciar e persuadir pessoas e se relacionar com pessoas chave que possam ajudar a atingir os objetivos do seu negócio.	Cria estratégias para conseguir apoio para seus projetos. Obtém apoio de pessoas chave para seus objetivos. Desenvolve redes de contatos e constrói bons relacionamentos comerciais.
Independência e Autoconfiança	Desenvolve a autonomia para agir e manter sempre a confiança no sucesso.	Confia em suas próprias opiniões mais do que nas dos outros. É otimista e determinado, mesmo diante da oposição. Transmite confiança na sua própria capacidade.

Fonte: adaptado do site do SEBRAE (2020)

Conforme os estudos dos autores citados nessa pesquisa, podemos verificar que as características empreendedoras são diversas, desta forma foi feita a pesquisa no município de Corumbá – MS para identificar tais características nas mulheres Micro Empreendedoras Individuais. No próximo tópico é possível visualizar o resultado de tal pesquisa.

3 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

A pesquisa teve como objetivo identificar o perfil das micro empreendedoras individuais do município de Corumbá – MS, no segmento de vestuário e acessórios. Quanto aos objetivos da pesquisa foi feita a pesquisa exploratória que levantaram as informações a respeito dos benefícios e obrigações dos MEI, a definição do empreendedor e do empreendedorismo feminino, ampliando o conhecimento a respeito do assunto. De acordo com Gil (1991, P.45) “Estas pesquisas têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema com vistas a tomá-lo mais explícito ou a construir hipóteses”.

Utilizou – se ainda a pesquisa descritiva, para comparar os dados que foi levantado sobre o perfil empreendedor das MEI do município de Corumbá, com pesquisas feita com outros grupos de mulheres para saber se o município de Corumbá – MS tem as mesmas características dos outros estudos. Gil (1991, P.45) “Dentre as pesquisas descritivas salientam-se aquelas que têm por objetivo estudar as características de um grupo: sua distribuição por idade, sexo, procedência, nível de escolaridade, estado de saúde física e mental etc”.

Quanto à natureza da pesquisa, o presente estudo se caracteriza por ser qualitativo. Para Oliveira (2011, P.24) “O uso da descrição qualitativa procura captar não só a aparência do fenômeno como também suas essências, procurando explicar sua origem, relações e mudanças, e tentando intuir as consequências”.

A abordagem qualitativa foi usada para a análise das entrevistas das MEIs atuante no setor de Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios, utilizando essa abordagem foi possível compreender e classificar os processos da entrevista vivida, entendendo as características de cada caso que foi estudado. O instrumento utilizado é o próprio pesquisador que está com contato direto com a situação estudada e a fonte de dados é o ambiente, sempre buscando retratar e entender as perspectivas dos participantes.

Quanto à escolha do objeto de estudo foi utilizado a amostragem não probabilística, utilizando – se da técnica para selecionar a amostra, a técnica Autogerada ou bola de neve (snowball), essa técnica consiste em escolher um grupo específico, no caso dessa pesquisa foi escolhido o setor de Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios, pois este é o setor de maior representatividade. O snowball funciona da

seguinte forma, o respondente inicial, vai indicar alguém que pertença a mesma população, e assim por diante, até que um respondente indique a pessoa que já foi entrevistada.

Quanto à técnica de coleta de dados para a pesquisa utilizou-se de três formas: pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e entrevista.

Lakatos (2002) A pesquisa bibliográfica pode ser conhecida como pesquisar de fontes secundárias, ele afirma que ela consiste em tudo que já foi publicado a respeito do tema estudado tais como: revistas, livros, pesquisas, monografias, entre outros. Tendo como principal objetivo colocar o pesquisador em contato com todo conhecimento já publicado a respeito do assunto estudado.

A pesquisa documental foi usada a fim de se utilizar de dados primários disponíveis sobre o tema estudado, foi utilizado o Portal do Empreendedor, Relatório GEM 2019, Site do Sebrae e estatísticas do IBGE. Gil (1991, P.51) afirma que “(...) na pesquisa documental, as fontes são muito mais diversificadas e dispersas”. A pesquisa documental é feita por meio de documentos que podem ou não estarem escritos e ainda podem ser feitas ou não quando a ação ocorre (Lakatos 2002).

O último meio de coleta de dados que se utilizou é a entrevista, que de acordo com Oliveira (2011, P.35) “pode ser definida como conversa realizada face a face pelo pesquisador junto ao entrevistado, seguindo um método para se obter informações sobre determinado assunto”.

A entrevista aconteceu por meio de encontro com o objeto estudado, onde o pesquisador vivenciou a conversa e sentiu na fala dos entrevistados todas as emoções quando eles falam de seus negócios e suas vidas. A conversa conduziu se por um roteiro de entrevista semiestruturado. A entrevista semiestruturada é a lista de informações que se deseja obter de cada entrevistado, Oliveira(2011, P.36) afirma que: “a forma de perguntar (a estrutura da pergunta) e a ordem em que as questões são feitas irão variar de acordo com as características de cada entrevistado”.

Quanto à técnica de análise de dados utilizada foi a análise de conteúdo. LAKATOS (2002) Nesta técnica de análise o pesquisador consegue maior detalhe da pesquisa estatística, deste modo ele obtém as respostas das suas perguntas e consegue definir a relação existente entre dados obtidos e as hipóteses formuladas.

Oliveira (2011, P.46) colaborando dizendo que a técnica de análise de conteúdo “[...] tem por objetivo enriquecer a leitura e ultrapassar as incertezas, extraindo conteúdos

por trás da mensagem analisada”. Cada entrevista foi analisada cuidadosamente, para se obter uma resposta para as perguntas de forma mais correta possível.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

A seção apresenta dados oriundos do processo de investigação, iniciando com a apresentação do setor de maior representatividade.

4.1 SETOR COM MAIOR REPRESENTATIVIDADE FEMININA NA CATEGORIA MEI NO MUNICÍPIO DE CORUMBÁ (MS)

Após pesquisa no sítio do Portal do Empreendedor, foi possível obter informações dos setores de maior grau de desenvolvimento no município, identificou-se 230 setores de acordo com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE). Para atender o estudo, selecionou-se os setores que apresentaram a maior representatividade do gênero feminino.

Apresentados a seguir no quadro 4 - Setores com maior representatividade gênero feminino:

Quadro 4 – Setores com maior representatividade gênero feminino, no município de Corumbá-MS

CNAE		Gênero
Código	Descrição	Feminino
4781400	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	494
9602501	Cabeleireiros	235
4712100	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	152
5611203	Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares	134
5620104	Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar	125
4723700	Comércio varejista de bebidas	87
5612100	Serviços ambulantes de alimentação	79

Fonte: Adaptado do site Portal do Empreendedor (2020)

Conforme observado no quadro 4, esses são os sete setores com maior representatividade do gênero feminino, sendo o setor de maior concentração o de comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios.

4.2 PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

Após a utilização da Técnica Snowball, foi possível entrevistar cinco empreendedoras do setor selecionado.

Os resultados das pesquisas apontam que as mulheres entrevistadas, possuem características semelhantes com os resultados encontrados por Machado *et al* (2003) e Franco (2014) em suas respectivas pesquisas apontadas no tópico intitulado “Empreendedorismo Feminino”, conforme o resultado abaixo:

- A faixa etária delas se encontra entre 31 e 50 anos;
- A maioria são casadas e tem filhos o número de filho está entre 02 e 03 filhos;
- O nível de educacional que possuem é ensino médio; apenas uma das entrevistadas possui ensino superior em Marketing;
- A maioria dos maridos é empresários ou comerciantes;
- A pesquisa apontou que elas moram tanto no centro da cidade, como também na parte alta do município de Corumbá, sendo o bairro Nova Corumbá;
- Elas antes de abrir a própria empresa trabalhavam em empresa privada;
- Atualmente elas possuem o lucro gerado pelo empreendimento como única renda;
- Foi identificado ainda que a grande maioria das mulheres não são as chefes da família.

Foi perguntado as entrevistadas se elas possuem algum familiar que tem algum empreendimento, essa pergunta foi elaborada a fim de identificar se elas usaram algum modelo familiar sendo influenciadas, ou ainda se tinha algum empreendedor herdeiro, conforme apontado pelo estudo de Dornelas (2007) afirma que existe empreendedores que herdaram empresa de familiares, o resultado foi que a grande maioria afirmam não ter nenhum familiar que é empreendedor, sendo ela a primeira da família.

Conforme resultados obtidos pela pesquisa é possível verificar que o resultados

pela técnica Snowball, foi semelhante as pesquisas de Machado *et al* (2003) e Franco (2014), que podemos observar que as mulheres Micro Empreendedoras do município de Corumbá – MS possuem traços com empreendedoras de outras regiões do Brasil.

4.3 INFORMAÇÕES SOCIOECONÔMICAS

Quando se trata das informações socioeconômicas, a renda individual das empresárias varia de 1 a 5 salários-mínimos, já a renda da família considerando todos que trabalham na casa onde elas moram é de 3 a 5 salários-mínimos. Com tais informações é possível observar que outras pessoas contribuem com a renda familiar, não sendo a única fonte de renda da casa os lucros auferidos com a micro empresa.

4.4 INFORMAÇÕES SOBRE A EMPRESA

A respeito das informações sobre a empresa conforme Machado *et al* (2003) e Franco (2014), afirmam que as mulheres abrem o seu empreendimento a partir de um *Hobby* ou algo que já sabiam fazer. Tal afirmativa se confirma, pois quando questionadas sobre ter aberto o negócio a partir de um *Hobby*, foi respondido que sim.

Machado *et al* (2003) afirma ainda que elas iniciam o seu negócio sem uma visão clara dos objetivos e planos da empresa, elas não planejam o seu negócio. Na entrevista aplicada nas MEI de Corumbá – MS, elas afirmam não possuir planejamento para a empresa e nem utilizar instrumento de gestão.

Outros resultados obtidos com a pesquisa foram:

- Nunca fizeram empréstimo em instituição financeira;
- Não possui funcionário;
- Os produtos são comercializados em loja física e virtual, sendo Facebook, Instagram e WhatsApp as redes mais utilizadas;
- Nunca tiveram outra empresa;
- A maioria não procurou assistência técnica;
- O capital utilizado para a abertura da empresa é capital próprio.

Perguntas abertas foram feitas para se compreender melhor informações sobre a empresa e entender o perfil das empreendedoras. No quadro 5 abaixo é possível visualizar

as respostas das entrevistadas a respeito de cada pergunta abordada.

Quadro 5 – informações sobre a empresa

Informações sobre a empresa	
Quanto anos tem a sua empresa?	E1 = 3 anos E2= 8 anos E3= 3 meses E4= 4 anos E5= 8 anos
Diariamente quantas horas você dedica para a empresa:	E1 = “O dia todo, quase umas 20 horas” E2= “O dia todo, 24 horas por dia” E3= “O dia todo, 24 horas” E4= “Olha umas 8 horas passo na loja física, mas é mais tempo me dedicando a ela, passo praticamente o dia todo” E5= “O dia todo, 24 horas por dia”
No dia a dia você recebe ajuda de alguém para te auxiliar na empresa? Se sim quem?	E1 = sim, filhos E2= sim, funcionária E3=sim, filha E4= sim, filha e marido E5=sim, filha
Qual a média de faturamento mensal da empresa:	E1 = “Não sei” E2= “Olha não sei, varia muito” E3= “Não sei, não tenho ideia” E4= “De 3 a 5 mil, varia muito” E5= “Não sei”
Valor do capital inicial investido para a abertura da empresa:	E1 = “Não lembro” E2= “Eu tinha 3 mil reais” E3= “5 mil reais” E4= “1.500,00 reais foi meu investimento, era tudo que tinha pra começar” E5= “Comecei com 3 mil reais”
Cite dois motivos pelo quais você abriu a empresa:	E1 = “Sobreviver e Crescer” E2= “Necessidade e fé, foi vontade de Deus”

	<p>E3= “Trabalho próprio, ajudar a família e ficar perto deles”</p> <p>E4= “Necessidade e trabalho próprio”</p> <p>E5= “Necessidade, falta de emprego e ajudar a família”</p>
<p>Quais as principais dificuldades enfrentadas:</p>	<p>E1 = “Muitas, a principal é a concorrência”</p> <p>E2= “Não tenho dificuldades, a única foi a pandemia”</p> <p>E3= “Organização da empresa, do dinheiro que entra e sai, do estoque que tenho e do preço vendido”</p> <p>E4= “Começar foi difícil, tinha mês que não vendia nada, pagava as contas com o meu próprio dinheiro”</p> <p>E5= “Falta de gestão da empresa e concorrência desleal”</p>

Fonte: Dados da pesquisa

Conforme Dornelas (2008) diz que o empreendedor possui aspectos para empreender que está entre ele, ter iniciativa para criação de um negócio e paixão pelo que faz, fazer a utilização de recursos disponíveis de forma criativa e não ter medo do negócio fracassar. E esses aspectos estão presentes nas entrevistas ao analisarmos a respostas das cinco entrevistadas.

Quando questionadas por quanto tempo diário é dedicado a empresa, elas afirmam passar o dia todo para a empresa, conforme falas da entrevistada 2 “O dia todo, 24 horas por dia” e da entrevistada 3 “O dia todo, 24 horas”. Mostrando que possuem dedicação e paixão pelo que fazem. Elas utilizam ainda os recursos disponíveis de forma criativa, pois elas investiram tudo que tinha no negócio e nenhum momento tiveram medo do negócio não dá certo.

Dornelas (2008), Salim e Silva (2010), Machado *et al* (2003) e Franco (2014), dizem em seus respectivos estudos que existem diversos motivos para se começar a empreender, contudo o mais comum é por necessidade ou oportunidade. Na pesquisa feita

com as MEIs de Corumbá – MS, o motivo para começar a empreender foi unanime a necessidade.

Outros motivos foram encontrados na pesquisa sendo eles: ajudar a família, falta de emprego, realização pessoal, crescer e trabalho próprio. Franco (2014) diz que elas começam a empreender na expectativa de ter uma qualidade de vida melhor e começar a trabalhar com o seu estilo. Colaborando com a pesquisa Gimenez (2013) defende que a necessidade não é apenas financeira, e que o indivíduo pode empreender com o desejo de transforma a sua vida.

As dificuldades citadas por elas são: concorrência, falta de gestão, falta de pagamento dos clientes, e atualmente a pandemia do Covid – 19. A entrevistada 3 afirma que as principais dificuldades enfrentadas por ela é “*Organização da empresa, do dinheiro que entra e sai, do estoque que tenho e do preço vendido*”, que indica falta de conhecimento técnico e falta de gestão e instrumento para a organização da empresa.

Já a entrevistada 4 afirma que o começo foi a principal dificuldade que ela enfrentou, “*Começar foi difícil, tinha mês que não vendia nada, pagava as contas com o meu próprio dinheiro*”, a afirmativa da entrevista indica uma falta de planejamento de marketing, contudo persistência no empreendimento.

4.5 PERCEPÇÕES DO EMPREENDEDORISMO

As 5 entrevistadas responderam questões abertas a fim de se entender as percepções empreendedoras delas e identificar quais características elas possuem. O quadro 6, transcreve suas respostas.

Quadro 6 – Percepções do Empreendedorismo

Percepções do Empreendedorismo	
1.O que pesou na sua decisão em se tornar empreendedora?	E1 = “Morar longe da família” E2= “Nada pesou foi acontecendo” E3= “Nada pesou, abri a empresa e fui caminhando” E4= “Nada pesou, eu sempre soube o que estava fazendo” E5= “Não ter clientes e dar errado”
2.No decorrer da sua jornada, quais foram os	E1 = “A falta de pagamento, enfrentei com coragem, força e fé”

<p>desafios mais marcantes, e o que você fez para superá-los?</p>	<p>E2= “Ter que mudar o local da loja, porque era alugado aí o dono pediu, aí tive que começar novamente em outro lugar, trazer os clientes aqui na nova loja”</p> <p>E3= “Escolher pessoas errada para ajudar na empresa, agora somente eu e minha filha que administramos a empresa”</p> <p>E4= “A concorrência no começo foi um desafio grande, tive que inovar e baixar os valores (preço)”</p> <p>E5= “A falta de pagamento e ter que viajar sempre pra comprar as roupas, ficava muito cansada com as viagens, fora que gastava dinheiro indo viajar, hoje compro tudo pela internet, uma amiga me ajuda”</p>
<p>3.Quais são os pontos negativos e positivos de ser empreendedora?</p>	<p>E1 = “Negativo nenhum, positivo ser seu próprio patrão”</p> <p>E2= “Negativo, não ter tempo pra nada, só pra empresa, positivo todos, dona do próprio negócio, faz os horários de trabalho”</p> <p>E3= “Um ponto negativo é ficar preocupada se vai dá certo a nova ideia, ponto positivo trabalho próprio”</p> <p>E4= “Nenhum ponto é negativo, todos são pontos positivo, ser dona do próprio negócio e trabalhar pra si, principalmente em ser MEI, porque você compra mercadoria com preço baixo e não paga tanto imposto”</p> <p>E5= “Um ponto negativo é a falta de apoio dos governantes e positivos é se senti realizada, ser a própria patroa”.</p>
<p>4.No ambiente empreendedor você já sofreu algum preconceito por ser mulher? Como foi? Como você lidou com essa situação?</p>	<p>E1 = “Sim, foi aquele preconceito que sempre existe, que duvida da nossa capacidade, mostrei força e segui em frente”</p> <p>E2= “Nunca sofri preconceito”</p> <p>E3= “Sim, pelo meu marido, ele achava que eu não era capaz por ser mulher, aí mostrei pra ele que poderia chegar onde estou”</p> <p>E4= “Sim, não só por ser mulher como também ser negra, muita gente chega na loja achando que sou empregada, há mais aí eu tirei de letra não precisei brigar nem nada, só</p>

	<p>mostrei quem eu era”</p> <p>E5= “Nunca sofri preconceito”</p>
<p>5.Em sua opinião, o que faz a diferença no sucesso do empreendimento?</p>	<p>E1 = “Atendimento e humildade”</p> <p>E2= “Determinação”</p> <p>E3= “Tratar bem os clientes e saber conversar”</p> <p>E4= “Ter um bom atendimento, sem distinção, quem vir na loja sempre atender bem”</p> <p>E5= “Ter um bom capital pra iniciar”</p>
<p>6.Qual dica você tem para dar àqueles que desejam empreender?</p>	<p>E1 = “Vá em frente realize seu sonho, você consegue como eu”</p> <p>E2= “comece, não pense, só comece”</p> <p>E3= “primeiramente fé, coragem e determinação”</p> <p>E4= “persistência, não desistir porque no primeiro ano é bem difícil”</p> <p>E5= “Não gastar o dinheiro à toa, os primeiros lucros têm que ser guardados para emergências futuras”</p>

Fonte: Dados da pesquisa

Com base nas respostas obtidas foi possível identificar que elas possuem características comportamentais empreendedoras conforme descrita no quadro 3.

A primeira pergunta foi o que pesou para elas na hora de tomar a decisão na hora de empreender. As respostas foram muito parecidas das entrevistadas E2, E3 e E4. E2= “Nada pesou foi acontecendo”; E3= “Nada pesou, abri a empresa e fui caminhando”; E4= “Nada pesou, eu sempre soube o que estava fazendo”. Podemos observar que elas estavam dispostas a Correr Riscos.

Já a respeito as dificuldades mais marcantes as entrevistadas E1 e E5, afirmam que a falta de pagamentos dos clientes foi uma grande dificuldade. E1 = “A falta de pagamento, enfrentei com coragem, força e fé”, ela mostra ter a característica de persistência. E5= “A falta de pagamento e ter que viajar sempre pra comprar as roupas, ficava muito cansada com as viagens, fora que gastava dinheiro indo viajar, hoje compro tudo pela internet, uma amiga me ajuda”, já a entrevistada E5, demonstra não só persistência como também busca de informações.

Já as entrevistadas E2 e E4 responderam de forma diferente. E2= “Ter que mudar o local da loja, porque era alugado aí o dono pediu, aí tive que começar novamente em outro lugar, trazer os clientes aqui na nova loja”; E4= “A concorrência no começo foi um desafio grande, tive que inovar e baixar os valores (preço)”. As duas entrevistadas demonstram ser persistentes e apresentam a característica exigência de qualidade e eficiência.

Quando perguntado a elas sobre quais pontos negativos e positivos, na visão delas as entrevistadas E1 e E4 responderam de forma parecida: E1 = “Negativo nenhum, positivo ser seu próprio patrão”; E4= “Nenhum ponto é negativo, todos são pontos positivos, ser dona do próprio negócio e trabalhar pra si, principalmente em ser MEI, porque você compra mercadoria com preço baixo e não paga tanto imposto”

Já as entrevistadas E2, E3 e E5 responderam de forma diferente os pontos negativos, contudo, os pontos positivos se assemelham, assim como os pontos positivos citados pelas entrevistadas E1 e E4. E2= “Negativo, não ter tempo pra nada, só pra empresa, positivo todos, dona do próprio negócio, faz os horários de trabalho”; E3= “Um ponto negativo é ficar preocupada se vai dá certo a nova ideia, ponto positivo trabalho próprio”; E5= “Um ponto negativo é a falta de apoio dos governantes e positivos é se senti realizada, ser a própria patroa”.

No ambiente de trabalho as entrevistadas E1, E3 e E4 afirmam já ter sofrido preconceito, conforme as falas a seguir: E1 = “Sim, foi aquele preconceito que sempre existe, que duvida da nossa capacidade, mostrei força e segui em frente”; E3= “Sim, pelo meu marido, ele achava que eu não era capaz por ser mulher, aí mostrei pra ele que poderia chegar onde estou”; E4= “Sim, não só por ser mulher como também ser negra, muita gente chega na loja achando que sou empregada, há mais aí eu tirei de letra não precisei brigar nem nada, só mostrei quem eu era”. Com a superação que tiveram demonstrou a característica de Independência e Autoconfiança

A pesquisa buscou ainda entender na visão delas o que faz ter sucesso um empreendimento. As respostas das entrevistadas E1, E3 e E4, foi parecido já que tem como princípio o atendimento, demonstrando ter comprometimento com os clientes; E1 = “Atendimento e humildade”; E3= “Tratar bem os clientes e saber conversar”; E4= “Ter um bom atendimento, sem distinção, quem vir na loja sempre atender bem”. Já as entrevistadas E2 e E5 mostraram ter uma visão diferente, elas afirmam que para ter sucesso é preciso determinação e ter um bom capital para iniciar.

A última pergunta que foi feita é uma dica que elas dão, já que tem experiência na área de MEI, para quem está começando a empreender. As respostas foram: E1 = “Vá em frente realize seu sonho, você consegue como eu”; E2= “comece, não pense, só comece”; E3= “primeiramente fé, coragem e determinação”; E4= “persistência, não desistir porque no primeiro ano é bem difícil”; E5= “Não gastar o dinheiro à toa, os primeiros lucros têm que ser guardados para emergências futuras”

Com base nas entrevistas e nas falas transcritas para esse estudo foi possível identificar características nas 5 entrevistadas, sendo elas: Busca de Oportunidades e Iniciativa, Persistência, Correr Riscos Calculados, Exigência de Qualidade e Eficiência, Comprometimento, busca de informações, Independência e Autoconfiança, Persuasão e Rede de Contatos e Comprometimento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo dessa pesquisa se concentrou em diagnosticar o maior setor de representatividade de Micro Empreendedoras Individuais do município de Corumbá – MS, para se pesquisar o perfil socioeconômico, apresentar as características empreendedoras e delinear o perfil das MEIs. Desta forma, pelo portal do empreendedor é possível verificar que o maior setor de atuação é o de Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios.

Quanto ao perfil socioeconômico foi observado que a grande parte das mulheres são casadas, possuem filhos, tem idade entre 31 a 50 anos, concluíram o ensino médio, e a entrevistada que possui ensino superior no curso de Marketing, que ajuda na gestão da empresa. O cônjuge também é empresário em sua maioria, elas não tiveram influência familiar para abrir a empresa, trabalhavam no setor privado, não possuem outra renda além do lucro da micro empresa e não são as chefes de suas famílias.

Constatou-se também em relação as informações socioeconômicas que a renda individual das MEIs varia entre 3 a 5 salários-mínimos, a mesma variação tem a renda familiar mensal de 3 a 5 salários-mínimos, levando em consideração todos que moram na casa.

No que diz respeito a informações sobre a empresa, a grande maioria escolheu o ramo da empresa através de um *Hobby*, não precisou fazer empréstimo em instituição financeira, não possui funcionário registrado, a empresa está no mercado variando entre 3 meses a 8 anos. Elas se dedicam o dia todo para sua empresa, recebem ajuda diária dos filhos. Não sabem quantos elas faturam mensalmente porque varia muito de um mês para o outro e não possuem ferramentas para gestão da empresa, e nem planejamento. Investiram inicialmente entre 1.500,00 a 5.000,00 reais, sendo capital próprio a origem dos recursos investidos.

As empresas utilizam do meio virtual e físico para comercializar seus produtos, utilizando redes sociais como Facebook, Instagram e Whatsapp. Elas não tiveram outra empresa e não procuraram consultoria na área de gestão empresarial para ajudar na gestão da empresa. Os motivos que levaram a abertura da empresa foi necessidade, trabalho próprio, ajudar a família, falta de emprego, passar mais tempo com a família, crescer profissionalmente, e fé. As dificuldades enfrentadas são a falta de gestão, a concorrência, organização da empresa, falta de clientes e atualmente a pandemia do Covid - 19.

A respeito das percepções empreendedoras, elas afirmam que nada pesou na hora de abrir a empresa. Já as dificuldades enfrentadas ao longo da empresa foi falta de pagamento dos clientes, concorrência, escolher pessoas erradas para ajudar na empresa, e ter que mudar o local físico da loja. Todas superaram com muito trabalho e força, tendo que inovar para continuar no mercado.

Já os pontos negativos apontados são: não ter tempo para outra coisa, só para a empresa, ficar preocupada e ansiosa com as vendas e falta de apoio dos governantes. Pontos positivos são ser dona do próprio negócio, ser sentir realizadas e fazer os horários de trabalho. No que diz respeito a sofrer preconceito no ambiente empreendedor, a maioria diz que já sofreu, mas que superou com força e determinação.

Na visão das entrevistadas elas veem como primordial para o sucesso do empreendimento o atendimento humanizado, sem distinção de pessoas, humildade, determinação e investimento de capital no empreendimento.

Como sugestão para os próximos estudos, que realize pesquisas na mesma vertente e com amostra diferente para que se possa melhor compreender o perfil das Micro Empreendedoras Individuais do município de Corumbá – MS e comparar com o presente estudo.

REFERÊNCIAS

CASTRO, Flávia Silvia, **Desenvolvimento de Competências Empreendedora: um estudo de caso das ações do SEBRAE/EMPRETEC junto a empresários/empreendedores do município de Recife – Pernambuco**, Dissertação (Mestrado em Gestão Empresarial) - Centro de Pesquisa e Pós-Graduação em Administração – CPPA da Faculdade Boa Viagem – Der Brasil. Recife, p. 124. 2013.

DataSebrae, **Mulher de negócio: Qual é o perfil da mulher empreendedora de MS?**, disponível em: < <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/04/cartilha-mulher-empreendedora-ms.pdf>> acesso em: 11 mai 2020.

DataSebrae, **Perfil do MEI**, disponível em: < <https://datasebrae.com.br/perfil-do-microempreendedor-individual/>> acesso em 19 mai 2020.

Dornelas, José Carlos Assis, **Empreendedorismo na prática: Mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

Dornelas, José Carlos Assis, **Empreendedorismo: Transformando idéias em negócios** 3. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

Franco, Michele Maria Silva, **Empreendedorismo Feminino: Características Empreendedoras das Mulheres na Gestão das Micro e Pequenas Empresas**, Anais do VIII EGEPE, Goiânia, março/2014.

Gimenez, Fernando Antônio Prado, **Empreendedorismo e pequena empresa: Dezesesseis Haikais, um pouco de prosa e outros versos**. Curitiba: Edição do autor, 2013.

GOMES, Almiralva Ferraz. **O EMPREENDEDORISMO COMO UMA ALAVANCA PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL**. Disponível em:< <http://periodicos.unifacel.com.br/index.php/rea/article/view/192/44>> Acesso em: 14/08/2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE, **Cidades**, disponível em: < <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ms/corumba/panorama> > acesso em: 31 ago 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE, **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua Primeiro Trimestre de 2020**,

disponível em <
https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/2421/pnact_2020_1tri.pdf>
 Acesso em: 19 mai 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE, **Panorama e história**, disponível < <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ms/corumba/panorama>> Acesso em: 13 jun 2020.

Global Entrepreneurship Monitor – **GEM**. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. SEBRAE. Empreendedorismo no Brasil – relatório executivo, 2019. Disponível em: < <http://ibiqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf>>. Acesso em: 16 Set 2020.

MACHADO, Hilka Pelizza Vier; BARROS, Gislaine Vieira De; PALHANO, Dayane Yoshie Miyaji; **Conhecendo a empreendedora norte paranaense: perfil, porte das empresas e dificuldades de gerenciamento**. Anais do III EGEPE, Brasília, novembro /2003.

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira de; **METODOLOGIA CIENTÍFICA: um manual para a realização de pesquisas em administração**; Catalão: UFG, 2011. P 72

PORTAL DO EMPREENDEDOR, **estatísticas**, 28/03/2020, disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatisticas>> Acesso em: 29 mar 2020.

PORTAL DO EMPREENDEDOR, **estatísticas**, 06/06/2020, disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatisticas>> Acesso em: 19 jun 2020.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CORUMBÁ, **Histórias** , disponível em: < <https://www.corumba.ms.gov.br/minha-corumba/historia/>> acesso em: 31 ago 2020.

Ramos, André Luiz Santa Cruz. **Direito empresarial esquematizado** 6. ed. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: MÉTODO, 2016.

Salim, Cesar Simões, Silva Nelson Caldas. **Introdução ao empreendedorismo: Despertando a atitude empreendedora** 1. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier,2010.

Santos, Paulo da Cruz Freire dos; Minuzzi, Josiane; Lezana, Álvaro Guillermo Rojas; Grzybovski, Denize. **INTENÇÃO EMPREENDEDORA: um estudo com empretecos catarinenses**. Editora Unijuí, P. 7-26, Santa Catarina, 2009.

SEBRAE, **Estratégia**, disponível em: <
https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_estrategia>

Acesso em: 08 jun 2020.

SEBRAE, **Conheça as características empreendedoras desenvolvidas no Empretec**, disponível em: < <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/conheca-as-caracteristicas-empendedoras-desenvolvidas-no-empretec,d071a5d3902e2410VgnVCM100000b272010aRCRD>> Acesso em: 25 set 2020.

APÊNDICES

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA ESTRUTURADA CLIENTE

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
 CAMPUS DO PANTANAL
 CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
 ESTÁGIO SUPERVISIONADO 2020

TEMA – Microempreendedoras em Corumbá – MS: uma análise do perfil e seus desafios.

Entrevista nº:

Data:

Hora:

Motivo da Pesquisa:

Observação: As informações prestadas nesta entrevista serão resguardadas com o devido sigilo.

Identificação: Entrevistado 01

Cidade: Corumbá/MS

1. INFORMAÇÕES PERFIL SOCIODEMOGRAFICO

1 - Estado civil	2 - Faixa etária	3 - Nível de escolaridade
<input type="checkbox"/> Solteiro(a) <input type="checkbox"/> Casado(a) <input type="checkbox"/> Divorciado(a) <input type="checkbox"/> Viúvo(a) <input type="checkbox"/> União estável	<input type="checkbox"/> Até 20 anos <input type="checkbox"/> De 21 a 30 <input type="checkbox"/> De 31 a 40 <input type="checkbox"/> De 41 a 50 <input type="checkbox"/> Mais de 50	<input type="checkbox"/> Nunca estudou <input type="checkbox"/> Ensino Fundamental <input type="checkbox"/> Ensino Médio <input type="checkbox"/> Graduação <input type="checkbox"/> Pós-Graduação
4 - Caso tenha Ensino Superior, qual é a formação? _____	5 - Qual bairro que você reside? _____	
6 - Você tem filhos? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	7 - Quantos filhos? <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> A partir de 5	
8 - Ocupação do cônjuge: <input type="checkbox"/> Empresário <input type="checkbox"/> Trabalha em empresa pública <input type="checkbox"/> Trabalha em empresa privada <input type="checkbox"/> Disponível para o mercado de trabalho <input type="checkbox"/> Não se aplica	9 - Você tem algum familiar que tem ou já teve alguma empresa? <input type="checkbox"/> Pai/ Mãe <input type="checkbox"/> Tio/Tia <input type="checkbox"/> Avô/Avó <input type="checkbox"/> Irmão/Irmã <input type="checkbox"/> Padrasto/Madrasta <input type="checkbox"/> Outro. Qual? _____	

<p>10 – O que fazia antes de ser MEI?</p> <p>() Trabalhava em empresa publica</p> <p>() Trabalhava em empresa privada</p> <p>() Não trabalhava</p> <p>() Estudava</p>	<p>11 - Possui outra renda?</p> <p>() Sim () Não</p>	<p>12 - Você é a chefe da família?</p> <p>() Sim () Não</p>
--	---	--

2. INFORMAÇÕES SOCIOECONÔMICAS

<p>a) Qual a sua renda mensal individual?</p> <p>() até 1 salário (R\$1.045,00)</p> <p>() até 2 salários (R\$2.090,00)</p> <p>() de 3 a 5 salários mínimos (de R\$3.135,00 até R\$5.225,00)</p> <p>() superior a 5 salários mínimos (superior a R\$5.225,00)</p>
<p>b) Qual sua renda familiar mensal? (considerando todas as pessoas que trabalham em sua casa)</p> <p>() até 2 salários (R\$2.090,00)</p> <p>() de 3 a 5 salários mínimos (de R\$3.135,00 até R\$5.225,00)</p> <p>() de 5 a 7 salários mínimos (de R\$5.225,00 até R\$7.315,00)</p> <p>() superior a 7 salários mínimos (superior a R\$7.315,00)</p>

3. INFORMAÇÕES SOBRE A EMPRESA

<p>1- O ramo da sua empresa surgiu de um <i>Hobby</i>?</p> <p>() Sim () Não</p>
<p>2 - Precisou fazer algum empréstimo em instituição financeira?</p> <p>() Sim () Não</p>
<p>3 - Você tem funcionário registrado?</p> <p>() Sim () Não</p>
<p>4 - Quanto anos tem a sua empresa:</p>
<p>5 - Diariamente quantas horas você dedica para a empresa:</p>
<p>6 - No dia-a-dia você recebe ajuda de alguém para te auxiliar na empresa? Se sim quem?</p>
<p>7 - Qual a média de faturamento mensal da empresa:</p>
<p>8 - Valor do capital inicial investido para a abertura da empresa:</p>
<p>9 - Qual foi a origem dos recursos financeiros para a abertura da empresa:</p> <p>() capital próprio () Empréstimo em instituição financeira</p> <p>() Empréstimo a família/ amigos () outros</p>

<p>10- Você comercializa os seus produtos por meio de:</p> <p><input type="checkbox"/> loja física <input type="checkbox"/> loja virtual <input type="checkbox"/> loja física e virtual</p>
<p>11- A empresa usa as redes sociais para divulgação?</p> <p><input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> WhatsApp <input type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> outras</p>
<p>12- Já teve outra empresa:</p> <p><input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não</p>
<p>13 - Você possui planejamento para a empresa:</p> <p><input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não</p>
<p>14 - Você já procurou assistência técnica da Sala do Empreendedor ou SEBRAE:</p> <p><input type="checkbox"/> Sim, SEBRAE <input type="checkbox"/> Sim, Sala do Empreendedor <input type="checkbox"/> nunca procurei assistência técnica</p>
<p>15 - Você utiliza algum tipo de instrumento para gestão da empresa:</p> <p><input type="checkbox"/> Sim. Qual: _____ <input type="checkbox"/> Não</p>
<p>16 - Cite dois motivos pelo quais você abriu a empresa:</p>
<p>17 – Quais as principais dificuldades enfrentadas:</p>

4. PERCEPÇÕES DO EMPREENDEDORISMO

1.O que pesou na sua decisão em se tornar empreendedora?
2.No decorrer da sua jornada, quais foram os desafios mais marcantes, e o que você fez para superá-los?
3.Quais são os pontos negativos e positivos de ser empreendedora?
4.No ambiente empreendedor você já sofreu algum preconceito por ser mulher? Como foi? Como você lidou com essa situação?
5.Em sua opinião, o que faz a diferença no sucesso do empreendimento?

6.Qual dica você tem para dar àqueles que desejam empreender?

ANEXOS

ANEXO A – Declaração e Termo de Autenticidade e de Autoria Própria

TERMO DE AUTENTICIDADE DE AUTORIA PRÓPRIA

Eu, Lauriane De Souza Farias, acadêmico(a) do curso de Administração/CPAN, regularmente matriculado(a) na disciplina de Estágio Obrigatório Profissional II, Segundo semestre do ano 2020, declaro, sob penas da lei e de infração criminal, sujeito a processo judicial e administrativo, que o Relatório Final apresentado, sob o título: Perfil das Micro Empreendedoras Individuais no setor com maior representatividade no Município de Corumbá (MS), foi por mim elaborado e integralmente redigido, não contendo qualquer cópia, colagem ou qualquer outro processo de inserção que configure o delito de plágio ou autoria de terceiros.

Assim, firmo o presente termo, demonstrando minha plena consciência de seus efeitos civil, penal e administrativos, caso venha a configurar o crime de plágio ou violação aos direitos autorais.

Por ser verdade, firmo a presente declaração e termo.

Corumbá-MS, 27 de Novembro de 2020.

Lauriane de Souza Farias