

Graduação Pós-Graduação

EMPREENDEDORISMO FEMININO: Perfil e atuação de Microempreendedoras Individuais (MEIs) em um município de Minas Gerais

Jayne Fátima de Melo Costa
Instituto Federal de Minas Gerais - *Campus Bambuí* (IFMG *Campus Bambuí*)
jayne_costa2001@hotmail.com

Myriam Angélica Dornelas
Instituto Federal de Minas Gerais - *Campus Bambuí* (IFMG *Campus Bambuí*)
myriam.dornelas@ifmg.edu.br

RESUMO

O objetivo geral deste estudo foi analisar o empreendedorismo feminino sob a ótica de Microempreendedoras Individuais de um município de um circuito turístico em Minas Gerais. Foi realizada uma pesquisa qualitativa, descritiva, por meio de um estudo de caso. O instrumento de coleta de dados foi o questionário semiestruturado. Os resultados indicaram que a maioria têm, em média, de 35 a 44 anos, sua escolaridade é ensino médio completo, possuem renda familiar de mais de 2 até 3 salários-mínimos, são mulheres casadas e, em média, com 2 filhos. Antes de atuarem como MEI, trabalhavam como colaboradoras em empresa, possuindo familiares empreendedores. Sua atuação se dá com a prestação de serviço na área de alimentação, faturamento em torno de R\$ 2 mil, sendo seus negócios localizados, em sua maioria, em suas casas. Ser MEI é sua única fonte de renda, a formalização ajudou nas vendas e a conseguirem boas condições de compra, sendo que o principal motivo para o registro foram os benefícios do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS). Para elas, o maior desafio do empreendedorismo feminino é conciliar múltiplos papéis. Além disso, acreditam que empreender não interfere em sua relação familiar e a abertura do negócio foi por oportunidade.

Palavras-chave: Microempreendedoras Individuais; Empreendimentos de mulheres; Caracterização dos negócios; Comportamento empreendedor.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo feminino é um tema que vem ganhando destaque ao longo do tempo. Ao contrário dos homens, as mulheres demoraram a ganhar destaque no mercado de trabalho e precisaram travar grandes lutas para conseguir salários iguais, respeito e boas condições no mercado de trabalho. Além disso, o empreendedorismo feminino permite que as mulheres sustentem suas famílias e ganhem espaço na sociedade.

Para a Entidade das Nações Unidas para a Igualdade de Gênero e o Empoderamento das Mulheres (ONU Mulheres, 2017), para que uma forte economia seja construída, a sociedade se torne mais estável e justa, objetivos sociais alcançados de cada país sejam reconhecidos mundialmente, a qualidade de vida de homens e mulheres seja melhorada e operações e metas de negócios sejam impulsionadas, as mulheres precisam se empoderar e participar de todos os níveis de atividade econômica de um país.

Ainda de acordo com a ONU Mulheres (2017), no ano de 2015, um relatório do *McKinsey Global Institute* afirma que, se a maioria dos países conseguissem resolver a questão da desigualdade de gênero, em todos os seus aspectos, o PIB global do ano de 2025 poderia adicionar o equivalente de US\$ 12 trilhões. De acordo com dados do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2020), o empreendedorismo nascente no Brasil teve um aumento expressivo entre as mulheres mais jovens (18 a 24 anos) e os mais velhos (55 a 64 anos), sendo a população com escolaridade mais baixa e com renda familiar entre 2 e 3 salários-mínimos. De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (2021), em 2008, por meio da criação da Lei nº128, surgiram os Microempreendedores Individuais (MEIs). O principal intuito da lei é a formalização dos trabalhadores brasileiros que executavam atividades distintas e que não possuíam amparo legal ou segurança jurídica. Após a criação do MEI, vários profissionais, incluindo homens e mulheres, puderam se formalizar e, assim, obter benefícios como: cadastro para formalização gratuito, aposentadoria, auxílio-doença, auxílio-maternidade, facilidade na abertura de contas e obtenção de crédito, emissão de notas fiscais e redução do número de impostos. De acordo com um estudo realizado pelo SEBRAE (2019), do número total de MEIs registrados no Brasil, no ano de 2018, 47,5% eram representados por mulheres que atuavam, em sua maioria, nos segmentos de beleza, moda, alimentação ou serviços domésticos.

O empreendedorismo pode representar melhorias para o desenvolvimento local e regional provenientes das dinâmicas que são geradas a partir das relações comerciais entre os mais variados agentes envolvidos nas atividades econômicas. Segundo o relatório do GEM (2020), em 2020, 44

milhões de pessoas estão à frente de um negócio no Brasil. Dados da Junta Comercial do Estado de Minas Gerais - JUCEMG (2022) – apontam que o estado de Minas Gerais possui um total de 875 mil empresas abertas e formalizadas no ano de 2021.

O município foco deste estudo, está localizado na região da Serra da Canastra, em um município que, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2021), possui uma população estimada, em 2021, de aproximadamente 7.100 habitantes, sendo o Produto Interno Bruto – PIB - *per capita* da cidade, no ano de 2019, de R\$ 33.840,02. Este município é considerado uma cidade turística, já que está dentro do circuito Serra da Canastra, lugar que abriga inúmeras belezas naturais, com uma rica fauna e flora, além de inúmeras cachoeiras. Todas essas belezas chamam a atenção de inúmeros turistas que visitam a cidade. O queijo canastra fabricado na região ajuda a movimentar a economia da cidade, já que é exportado e revendido para inúmeros países e capitais brasileiras. Para o Mais MEI (2022), neste município, o número de mulheres MEIs empreendedoras, em 2020, corresponde ao total de 44,6%, mostrando que cada vez mais as mulheres estão ganhando seu espaço no mercado de trabalho.

A questão que norteou a presente pesquisa foi: qual o perfil das mulheres Microempreendedoras Individuais (MEI), dos seus negócios e qual o cenário de atuação destas mulheres como MEI? Assim, o objetivo deste estudo foi analisar o empreendedorismo feminino sob a ótica de Microempreendedoras Individuais de um município de um circuito turístico em Minas Gerais, com vistas a traçar o perfil das mulheres Microempreendedoras Individuais (MEI), caracterizar seus empreendimentos e averiguar o cenário de atuação destas mulheres como MEI. O trabalho possui relevância no campo teórico, pois contribui e reforça conceitos sobre o empreendedorismo feminino, além de compreender a percepção destas mulheres em adotar MEI. Também é possível reconhecer a importância e relevância que o tema possui, tanto para a compreensão de quem lê, quanto para agregar mais conhecimento à academia para o desenvolvimento de trabalhos futuros que tratem do empreendedorismo feminino e também do Microempreendedor Individual (MEI).

2 REVISÃO DA LITERATURA

No Brasil, de acordo com Dornelas (2012), o movimento do empreendedorismo só tomou forma a partir da década de 1990, quando o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE - e a Sociedade Brasileira para exportação de *Software* – SOFTEX - foram constituídos. Antes da implementação das duas empresas, o Brasil não possuía um ambiente

político nem econômico favorável, além de não se conseguir nenhum tipo de informação a respeito do tema. Por isso, o termo empreendedorismo e a criação de pequenas empresas só surgiram a partir das concepções das duas empresas.

Para Hashimoto (2010), a primeira vez que se utilizou o termo empreendedorismo foi por Richard Cantillon, em 1755, para explicar a abertura do risco de compra de alguma coisa, por um valor definido e vendê-la em um regime de dúvida. Com o tempo, a definição foi ganhando amplitude e diferentes visões, até se chegar às definições utilizadas atualmente. Para Barreto (1998), pode-se considerar como empreendedorismo a aptidão de um indivíduo em produzir e compor algo novo, seja um novo produto ou até mesmo um serviço, utilizando-se de muito pouco ou quase nada.

Para Chiavenato (2004), é o espírito que o empreendedor possui, é o que dá vigor à economia de um país, o que ajuda a fomentar recursos, impulsionar habilidades e a execução de novas ideias. O empreendedor é o indivíduo que dá início ou assume um empreendimento com o intuito de colocar uma ideia ou algum projeto pessoal em prática, assumindo os riscos e as responsabilidades atribuídas, buscando sempre inovar.

De acordo com o SEBRAE (2022), a expressão empreendedorismo possui como referência a capacidade que um empreendedor tem para esclarecer problemas, propiciar oportunidades a todos, idealizar soluções e investir na concepção de novas ideias para seu público-alvo. Já o termo inovação está diretamente ligado ao termo empreendedorismo, pois tem o intuito de criar algo, sendo um produto ou serviço que se diversifique do que já se encontra no mercado.

Para ser considerado como empreendedor, não é necessária determinada idade ou exercer alguma atividade específica, nem mesmo ter características semelhantes às de outros empreendedores de sucesso. “O empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade” (Dolabela, 2010, p. 25). Para o SEBRAE (2019), o empreendedorismo pode trazer inúmeros benefícios ao desenvolvimento local, pois este pode gerar e ampliar os empregos e rendas, além de multiplicar riquezas. Sendo assim, quanto mais opções de empresas estiverem a dispor da população daquela região, mais desenvolvido esse município tenderá a se tornar.

O empreendedorismo também pode se dividir em: por necessidade ou por oportunidade. O SEBRAE (2017) define como pertencentes ao empreendedorismo por necessidade aqueles empreendedores que conseguem identificar dentro do mercado uma oportunidade de negócio ou um nicho, e assim resolvem empreender, mesmo possuindo a possibilidade de emprego e renda. Já no empreendedorismo por oportunidade, os empreendedores decidem empreender porque não conseguem encontrar melhores opções de emprego e renda; assim, acabam optando por abrir um

negócio com o propósito de gerar lucro.

Segundo o programa de pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor - GEM* (2019), para se compreender o empreendedorismo em todo o mundo, é necessário levar em consideração o estágio de vida do empreendedor, juntamente com seu empreendimento. Essa análise pode ser classificada em quatro grupos: empreendedores iniciais, empreendedores nascentes, empreendedores novos e empreendedores estabelecidos.

Para o GEM (2019), os empreendedores iniciais são aqueles que estão à frente de seus empreendimentos há menos de 42 meses após a abertura, ou seja, menos de 3,5 anos. Os empreendedores nascentes são aqueles que estão envolvidos diretamente na disposição da empresa ou são proprietários desta, porém, não podem ter recebido salário, pró-labore ou qualquer outra remuneração por mais de três meses. Os empreendedores novos são os que já receberam algum tipo de remuneração da empresa por um período acima de três meses e menor que 42 meses, sendo eles administradores e donos do empreendimento. Já os empreendedores estabelecidos administram e são donos de um empreendimento estável dentro do mercado de atuação e já receberam alguma remuneração dentro de um período superior a 42 meses.

Segundo o GEM (2020), só no ano de 2020, já havia aproximadamente 43 milhões de brasileiros que empreendiam. De acordo com o relatório realizado pelo GEM (2019), o Brasil se encontra na 16ª posição, quando comparado com outros 50 países participantes da pesquisa, com uma taxa de potenciais empreendedores de 30,2%, ficando atrás somente da Índia, que apresentou uma taxa de 33,3%. Portanto, pode-se perceber que, no Brasil, o número de empreendedores é bastante notável. Também se observa que o país possui uma grande porcentagem de potenciais empreendedores, indicando que a cultura empreendedora é forte no país.

Entretanto, o GEM Global (2021-2022) divide os países em três níveis, de acordo com o Produto Interno Bruto (PIB) de cada um dos países participantes da pesquisa. O Brasil faz parte do nível C, juntamente com Colômbia, República Dominicana, Egito, Guatemala, Índia, Irã, Jamaica, México, Marrocos, África do Sul e Sudão. Por meio dessa divisão em níveis, são realizadas as comparações da pesquisa. Para o relatório do GEM Global (2021-2022), mesmo com taxas muito altas em relação à atividade empreendedora, o Brasil, em 2021, obteve avaliações negativas, mostrando que o país possui muitos empreendedores que não conseguem alcançar seu potencial em decorrência de constrangimentos, como: falta da facilidade de acesso a financiamento, excesso de impostos e burocracia e falta de investimento em infraestrutura.

Na avaliação efetuada pelo GEM Global (2021-2022), quando se realizou a pesquisada com o intuito de saber a facilidade de acesso dos empreendedores a financiamentos, o Brasil obteve

o segundo menor percentual quando comparado aos países do nível C. O País também ficou na mesma posição quando a pesquisa foi realizada para se saber os níveis de impostos e burocracia. Já na infraestrutura física, o Brasil recebeu o terceiro menor percentual. No entanto, na condição de facilidade de entrada - dinâmica de mercado - o Brasil ficou na terceira posição entre as economias do nível C.

2.1 EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL

Para o SEBRAE (2019), o empreendedorismo feminino é caracterizado como algo que vai muito além do ganho financeiro com a empresa. Está relacionado a questões como empoderamento feminino, visibilidade, reconhecimento no mercado de trabalho, acolhimento e partilha de informações. Para Franco (2014), muitas das definições utilizadas para empreendedorismo não especificam o gênero, já que as características presentes nos empreendedores podem ser encontradas em ambos os sexos.

A entrada das mulheres no mercado de trabalho é um ganho para todo país, visto que as mulheres possuem características próprias que as ajudam a gerir com mais facilidade seus negócios, por exemplo, conciliar os diversos papéis que possuem. Para a economia de um país, há um grande ganho em haver mulheres empreendedoras.

É importante ressaltar o papel realizado pelas mulheres diante do processo de crescimento de um país, pois sua participação pode estimular a diversidade dos agentes econômicos em conformidade com a motivação e o reconhecimento de oportunidade que são importantes para a aceleração econômica (Micozzi; Lucarelle, 2016). De acordo com o relatório do GEM (2019), a diferença entre homens e mulheres no empreendedorismo inicial é mínima, enquanto, no empreendedorismo estabelecido, a taxa específica masculina é maior que a feminina.

2.1.1 PRINCIPAIS SETORES EM QUE A MULHER EMPREENDE

De acordo com o relatório do GEM (2019), a quantidade de setores onde os homens atuam é maior em relação às mulheres. Nota-se, ainda, que cinco atividades contínuas femininas aparecem com diferentes proporções, também, nas atividades masculinas. Uma delas é “cabelereiros e outras atividades de tratamento de beleza”, onde as mulheres predominam com 10,7%, enquanto os homens estão com 3,4%. A maioria das mulheres participantes afirmam atuar como manicures (40%), enquanto 10% prestam outros serviços; já os homens, 50% possuem

barbearia. Dados do relatório mesmo relatório apontam que 10% das mulheres que participaram da pesquisa atuam na área de “comércio varejista de artigos de vestuário e acessórios”, sendo esta considerada pelo relatório como a terceira área que possui mais frequência de participação entre as mulheres. A pesquisa também revela que em torno de um terço dessas mulheres possuem instalações fixas para comercializarem seus produtos, e aproximadamente um terço destina seus estabelecimentos para venderem exclusivamente *lingerie*. Já a área de “confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas” possui uma atuação feminina de 7,5%, sendo que 20% das mulheres que atuam neste setor como modelo de facção afirmam, em sua maioria, que atuam como fabricante de roupas, e outra parte, com reparos de roupas.

O GEM (2019) indica que, quando comparadas aos homens, na distribuição percentual das atividades dos empreendedores segundo o sexo, as mulheres possuem apenas sete atividades na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), enquanto os homens possuem 13. É possível observar essas informações na Tabela 1.

Tabela 1: Distribuição percentual das atividades dos empreendedores segundo o sexo – Brasil – 2019

Masculino		Feminino	
Atividades - Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE)	%	Atividades - Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE)	%
Serviços especializados para construção	11,0	Serviços domésticos (diarista, cuidadores de crianças e idosos, jardineiros, camareiros, caseiros, cozinheiros etc.)	13,7
Restaurante e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	8,0	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	10,7
Manutenção e reparação de veículos automotores	7,7	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	10,1
Obras de acabamento	3,7	Serviços de <i>catering</i> , bufê e outros serviços de comida preparada	8,5
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	3,4	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	7,5
Transporte rodoviário de táxi	3,2		
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	2,9		
Serviços de <i>catering</i> , bufê e outros serviços de comida preparada	2,7		
Transporte rodoviário de carga	2,6		
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios – minimercados, mercearias e armazéns	2,5		
Serviços ambulantes de alimentação	2,4		
Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	2,2		
Outras atividades	47,8		49,5

Fonte: GEM Brasil, 2019.

2.1.2 PAPÉIS DESEMPENHADOS PELAS MULHERES

Além de atuar como empreendedoras, muitas mulheres ainda possuem outros cargos em suas casas, como o de mãe, esposa, dona de casa e filha. No entanto, é preciso que essas mulheres dividam seus horários, ou que, muitas vezes, se desdobrem para que possam conseguir conciliar todos os papéis que realizam durante seu dia. Essa multiplicidade de papéis não é vista, com recorrência, desempenhada por homens.

Os autores Martins, Eddleston e Veiga (2017) afirmam que pesquisas realizadas nos últimos anos sugerem que as mulheres, em sua grande média, estão sujeitas a enfrentar mais estresse no desempenho do seu papel familiar em relação aos homens, e, quando tentam ter um equilíbrio entre os papéis que exercem no trabalho e dentro de casa, com sua família, elas buscam formas de trocar suas responsabilidades familiares pelas que exercem em seu trabalho. Segundo Possati e Dias (2002), os papéis desenvolvidos pelas mulheres que envolvem a permanência no trabalho e o poder de decisão representam uma grande satisfação para aquelas que se encontram como líderes e podem até ser considerados como uma forma de alavancar o bem-estar psicológico de muitas mulheres.

Ressalta-se que a multiplicidade de papéis realizados diariamente pelas mulheres pode acabar gerando um grande estresse entre elas, pois muitas não conseguem colocar seu foco ou desempenhar a tarefa que deseja, da forma como planejou, pois precisam dedicar seu tempo a outras tarefas que nem sempre trazem bem-estar quando efetuadas, mas que precisam ser feitas.

Os autores Amorim e Batista (2012) ressaltam que, embora a multiplicidade de papéis realizada pelas mulheres sejam uma característica comum de todas as empreendedoras, pouco se entende sobre como elas conseguem realizar tantas tarefas ao mesmo tempo. Essa característica pode ser considerada um ponto positivo para o sucesso de suas empresas, pois acabam utilizando diferentes formas para alcançar a harmonia entre sua vida profissional e pessoal.

Para Jonathan (2003), as mulheres empreendedoras enfrentam muitas pressões diariamente, pois acabam sofrendo diversos tipos de preconceitos, sejam esses pelo seu gênero ou sua idade, além disso, precisam diariamente buscar o equilíbrio da família, pessoal e profissional. Além disso, muitas mulheres precisam conciliar diferentes papéis em sua vida, como o de dona de casa, mãe, filha, esposa, estudante, trabalhadora e empreendedora. Para isso, elas precisam conviver com as pressões diárias e evitar autocobranças, para conseguirem viver em harmonia com os diferentes papéis que precisam conciliar.

2.2 OS MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS (MEI'S)

De acordo com o SEBRAE (2021), os Microempreendedores Individuais (MEIs) são os empreendedores que possuem empresas de pequeno porte e que, geralmente, não possuem funcionários. É necessário também que esse empreendedor tenha um rendimento fixo anual de até R\$ 81.000,00 ou R\$ 6.750,00 por mês para conseguir o registro do MEI. Dados do SEBRAE (2021) apontam que o registro do MEI foi criado pelo Governo Federal no ano de 2008 por meio da Lei nº128, mas sua legislação entrou em vigor apenas em 2009, como forma de registrar os trabalhadores informais e, assim, garantir benefícios, amparo legal e segurança jurídica a esses empreendedores.

Na plataforma digital de relacionamento do cidadão com o governo federal brasileiro (Gov.Br, 2022), cita-se que, antes de se tornar MEI, é necessário que o indivíduo saiba de algumas informações, como: alguns benefícios podem ser impactados com a formalização, por exemplo, o cancelamento de aposentaria por invalidez, auxílio-doença ou salário-maternidade, sendo que benefícios assistencialistas, como seguro-desemprego, Benefício de Prestação Continuada (BPC-LOAS), Programa Universidade Para Todos (PROUNI), Fundo de Financiamento Estudantil (FIES), Bolsa Família, dentre outros, também podem sofrer cancelamento. Além disso, funcionários públicos federais não podem se tornar MEI; já os municipais e estaduais que quiserem se formalizar precisam verificar seu estatuto antes de realizarem o cadastro. O Gov.Br (2022) também cita que, caso o indivíduo possua benefícios, como: aposentadoria especial por insalubridade, idade ou tempo de contribuição, fundo de garantia por tempo de serviço (FGTS), programa de integração social (PIS), pensão por falecimento do cônjuge, filhos, pais ou pensão recebida por tutor de menor de idade, devido à morte do responsável, ele não irá sofrer cancelamento com a formalização do MEI.

O portal Gov.Br (2022) também menciona que o indivíduo que queira obter a formalização precisa atender às seguintes condições: ter no máximo um empregado que receba um salário-mínimo ou o piso referente à sua categoria, não pode se tornar titular, administrador ou sócio de outra empresa, não possuir nenhuma filial do empreendimento e possuir um faturamento anual de até R\$ 81.000,00.

O SEBRAE (2021) aponta que, para que o empreendedor possa realizar o registro do MEI para sua empresa, é preciso realizar um cadastro no Portal do Empreendedor e preencher alguns dados, como: CPF, endereço, telefone e atividade principal como MEI. Para aqueles empreendedores que já possuem um empreendimento informal antes de realizarem o registro do MEI, basta selecionar, no Portal do Empreendedor, a ocupação correspondente. Já aqueles

empreendedores que não possuem uma atividade definida, mas que queiram abrir o próprio negócio, estes devem realizar outras etapas antes de efetuarem a formalização como MEI.

De acordo com o SEBRAE (2021), para arrecadar os impostos do MEI, é utilizado o Simples Nacional, sendo isento dos impostos federais. Após a formalização, é necessário que, mensalmente, o MEI faça o pagamento do Documento de Arrecadação Mensal do Simples Nacional (DAS). Além disso, anualmente, é necessário apresentar a Declaração Anual de Faturamento (DASN-Simei), informando o valor do rendimento bruto que o negócio obteve durante o ano. De acordo com o GOV.BR (2022), o MEI que não apresentar o DASN-Simei anualmente não consegue gerar a DAS mensal. Com isso, torna-se devedor, além de ter o bloqueio dos benefícios previdenciários.

Para o SEBRAE (2022), o MEI que não realizar o pagamento da DAS mensal poderá sofrer com o pagamento de multas e juros sobre o valor devido, além de poder receber um comunicado de exclusão do negócio de regime especial de tributação. O cancelamento do CNPJ também pode vir a ocorrer, caso o atraso no pagamento perdure por dois anos ou mais, além da perda dos benefícios previdenciários ofertados pelo MEI.

2.3 MEI FEMININO: ESTUDOS SOBRE A TEMÁTICA

Para complementação deste arcabouço teórico foi realizada um levantamento de artigos científicos publicados em periódicos, de 2012 a 2022, para se compreender o que já havia sido estudado neste período sob a ótica do MEI, com foco no empreendedorismo feminino. Cinco artigos foram escolhidos pela contribuição teórica para este estudo.

No artigo “Trajetória das Microempreendedoras Individuais na região metropolitana de Belém: crescimento pessoal, empoderamento feminino e a formalização de seus negócios”, é possível destacar que as microempreendedoras individuais da região estão centralizadas no setor do comércio, revelando que as mulheres não trabalham apenas com artesanato e outras atividades voltadas ao público feminino. Nota-se a maneira como as microempreendedoras exercem a gestão: de forma participativa, com vistas à sensibilidade, organização e ao planejamento (NAVARRO *et al.*, 2018). No artigo “A participação feminina no Microempreendedorismo Individual no estado de São Paulo”, foi possível observar que, de 2011 até 2013, consta um crescimento no número de MEIs femininas, enquanto, no período de 2009 a 2012, nota-se um aumento no número de mulheres que atuam no empreendedorismo individual. Os dados obtidos com o artigo também mostram que as mulheres que possuem negócio próprio estão mais presentes nos setores de comércio e serviços, em particular, na parte de estética e beleza, podendo realizar esse tipo de

serviço em suas casas, sendo esta uma tendência que vem crescendo no decorrer dos anos (Oliveira; Nakazone; Jesus, 2015).

Com o artigo “Gerenciando o conflito trabalho-família ao empreendedorismo feminino: evidências de um estudo com microempreendedoras individuais”, ressalta-se que todas as entrevistadas alegaram que passam por algum conflito entre a esfera pessoal e profissional. Por exercer múltiplos papéis, o tempo gasto em cada um acaba levando a empreendedora a executar atividades no meio de outro papel, gerando conflitos. Aquelas que exercem suas atividades profissionais em casa acabam encontrando dificuldades ao separar os papéis (Barbosa *et al.*, 2021). Já o artigo “A política pública do Microempreendedor Individual como instrumento de precarização do trabalho feminino” faz uma crítica à Lei do Microempreendedor Individual. Para a autora, a lei gerou um instrumento de manutenção das desigualdades de gênero, aumentando a exploração da força de trabalho feminina ao mesmo tempo em que se compensam os direitos trabalhistas básicos (Mantovani, 2020).

Ressalta-se no artigo “Perfil da mulher microempreendedora de Roraima – confrontando a desigualdade de gênero” que foi possível identificar as situações de conflito entre os papéis familiares e profissionais e entre os papéis profissionais e pessoais, descrevendo-se o perfil das mulheres MEIs do município (Silva; Machado; Pucca, 2022).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo possui uma abordagem qualitativa, com caráter descritivo, efetuado por meio de um estudo de caso e pesquisa de campo. Para Godoy (1995), uma pesquisa com metodologia qualitativa possui as seguintes características: o ambiente natural como principal fonte de dados, o pesquisador, cunho descritivo, o significado que o entrevistado dá à sua vida e perspectiva indutiva. Foi utilizada a pesquisa descritiva, na qual Gil (2008) salienta que possui como objetivo inicial descrever as características de um certo público, acontecimento ou da base de vínculos entre as variáveis. São incontáveis os estudos que podem ser classificados como descritivos, sendo uma de suas características mais importantes o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados.

Para a construção do referencial teórico do presente estudo, foi realizada a pesquisa bibliográfica sobre: empreendedorismo no Brasil, empreendedorismo feminino no Brasil, a história das mulheres no mercado de trabalho, principais setores em que a mulher empreende, papéis desempenhados pelas mulheres e os microempreendedores individuais (MEIs), cuja fonte

dos dados se deu por meio de relatórios do GEM, SEBRAE, livros, artigos e TCC/monografias. Ainda, para complementar a revisão da literatura, investigou-se estudos sobre as motivações do empreendedorismo feminino no Brasil e o MEI feminino.

Para a obtenção dos dados primários da pesquisa, foi realizada uma pesquisa de campo utilizando um questionário semiestruturado que foi aplicado às MEIs do município estudado. Segundo Gonsalves (2001), a pesquisa de campo tem a intenção de buscar a informação propriamente com o público a ser pesquisado. Esse tipo de pesquisa exige do pesquisador um encontro mais direto. Assim, ele precisa ir ao ambiente onde ocorrem os fatos, com o intuito de reunir as informações que foram documentadas.

O método do estudo de caso também é uma das abordagens deste estudo, visto que buscou compreender a situação de um grupo específico, no caso, das Microempreendedoras Individuais deste município. Para Martins (2008), em um estudo de caso, são realizadas análises e reflexões durante as várias etapas da pesquisa, desde o levantamento das informações, dados e evidências até as partes em que os resultados parciais sugerem alterações e correções sobre a direção em que a pesquisa está sendo levada.

3.1 COLETA, TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS

O presente estudo utilizou como instrumento para coleta de dados um questionário semiestruturado junto aos sujeitos da pesquisa, ou seja, as mulheres Microempreendedoras Individuais (MEIs) de um município turístico em Minas Gerais. No questionário criado e utilizado na presente pesquisa, empregou-se parte das questões sobre o MEI adaptadas do trabalho de Silva e Dornelas (2021), sendo as demais elaboradas pela própria autora. Foi solicitado formalmente pelos autores deste estudo o registro de todos os MEIs da Prefeitura do município para que fosse utilizado como banco de dados. Após análise da solicitação e parecer positivo, a Prefeitura forneceu o banco de dados, onde pôde-se constatar que o município possui um total de 327 Microempreendedores Individuais cadastrados na prefeitura, e, deste total, 139 são mulheres, as quais foram entrevistadas, visto que são o público-alvo do presente estudo.

Também é importante ressaltar que o município possuía (até a data da pesquisa), em seu cadastro, 46 mulheres que atuam com comércio, 43 com prestação de serviços, 30 com comércio e prestação de serviços, 12 com indústria e comércio, 4 com indústria, 3 com indústria, comércio e prestação de serviços e 1 com indústria e prestação de serviços.

Para a construção do questionário, utilizaram-se 24 questões, que foram divididas em três

categorias: perfil das empreendedoras, características do empreendimento e atuação como MEI. Juntamente com o questionário, foi criado o Termo de Consentimento e Livre Esclarecimento (TCLE), que visou esclarecer aos respondentes da pesquisa os objetivos do trabalho e a forma de condução da pesquisa. Este arquivo foi criado e elaborado pela autora, ao contrário do questionário, que sofreu adaptações de outro trabalho. O termo apresentou os objetivos da pesquisa, que as respondentes não teria, nenhum custo e nem receberiam qualquer vantagem financeira pela participação. Informou sobre o direito de desistência pela participação a qualquer momento; que os dados seriam analisados em conjunto e que nomes e/ou dados dos participantes seriam mantido em sigilo, mantendo a privacidade do respondente, e se desejassem teriam livre acesso a todas as informações e esclarecimentos adicionais sobre o estudo. Todas as informações obtidas a partir do questionário foram tratadas com sigilo, e os resultados foram utilizados apenas para fins acadêmicos, com a possibilidade de publicação dos resultados obtidos a partir da pesquisa realizada.

Para a criação e aplicação do questionário, empregou-se a plataforma *Google Forms*, na qual, após ser criado, foi utilizado o *link* gerado pela própria plataforma para enviá-lo às MEIs; para outras, por meio de *WhatsApp*; e outras foram localizadas através do endereço cadastrado na prefeitura do município, sendo o questionário aplicado pessoalmente.

Com o intuito de aperfeiçoar ainda mais o questionário, efetuou-se um pré-teste com três MEIs de outro município da região no dia 05 até o dia 08 de setembro. Com o pré-teste, foi possível verificar erros de digitação e que algumas perguntas haviam ficado duplicadas, além, é claro, de ajudar a compreender as possíveis dúvidas que poderiam surgir enquanto as entrevistadas respondiam o questionário. Após a aplicação do pré-teste, ocorreu a aplicação do questionário, já corrigido, com as MEIs do município estudado.

Sobre o pré-teste, Marconi e Lakatos (2005, p. 229) definem: “depois de redigido, o questionário precisa ser testado antes de sua utilização definitiva, aplicando-se alguns exemplares em uma pequena população escolhida”. Os autores também afirmam que, com o pré-teste, é possível identificar, por exemplo, o nível de complexidade das perguntas, se a linguagem utilizada está acessível ou se possui algum erro. Após levantar as possíveis falhas, pode-se reformular o questionário para ser aplicado com êxito.

A aplicação do questionário se deu entre os dias 09 de setembro a 25 de outubro de 2022. Durante a aplicação, pôde-se observar que, das 139 MEIs cadastradas na prefeitura do município, cinco já não atuavam mais como MEI, e, por isso, não participaram da pesquisa. Sendo assim, totalizaram 134 MEIs para serem entrevistadas. Também foi possível constatar que uma MEI

cadastrada no banco de dados utilizado neste estudo já não atuava mais como Microempreendedor Individual no município, atuando em outro Estado; por isso, não pôde responder o questionário. Somaram-se, então, 133 MEIs participantes do estudo.

Durante o período em que o questionário foi aplicado, foi adotado como parâmetro entrar em contato com a MEI pelo menos duas vezes. Após a primeira abordagem, eram contabilizados 10 dias e realizada uma segunda abordagem para que elas pudessem responder ao questionário. As duas primeiras abordagens foram realizadas via *WhatsApp*, *Instagram* e *Facebook*, visto que o banco de dados não continha informações a respeito de números de telefone. Para os casos em que as duas tentativas de contato foram malsucedidas, foi realizada uma terceira abordagem, onde se tentou contato através do endereço cadastrado na prefeitura.

Após efetuadas as entrevistas com as MEIs do município estudado, obtiveram-se ao todo 91 respondentes, pois 21 mulheres se recusaram a responder o questionário, não sendo possível o contato com 21 dentro das três tentativas de abordagem realizadas durante o período de aplicação do questionário. Por isso, acabaram não participando da pesquisa, conforme evidenciado na Tabela 2. Obteve-se uma taxa de 65,47% de respostas ao questionário pelas participantes deste estudo, a partir do cadastro de 139 mulheres MEI's cadastradas no município.

Tabela 2: Resultado da aplicação do questionário

Descrição	Frequência absoluta	Frequência relativa (%)
Não atua mais como MEI	5	3,60
Não atua como MEI no município	1	0,72
Respondentes	91	65,47
Não quiseram responder	21	15,11
Não foi estabelecido contato	21	15,11
TOTAL	139	100

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Para o tratamento dos dados obtidos com a aplicação dos questionários, utilizou-se o programa *Excel* – versão 2010, onde os dados colhidos foram transformados e agrupados em tabelas. Para o tratamento dos dados brutos, foi utilizado o *Google Forms*. Para se efetuar a pré-análise, foram utilizados os dados transcritos da plataforma *Google Forms* para o programa *Excel*, onde estes foram agrupados em tabelas com respostas semelhantes. Na exploração do material de apoio, os dados obtidos com o questionário foram transformados em tabelas e gráficos, como forma de melhorar a visibilidade dos dados obtidos e possibilitar maior clareza ao leitor. Já para a análise dos resultados, foram utilizados os dados tratados obtidos com o questionário, fazendo comparações com os estudos do GEM, empregados na construção do arcabouço teórico do presente estudo, bem como com resultados do estudo de Silva e Dornelas (2021) e de outras

pesquisas sobre o tema.

4 DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Esta seção apresentou os resultados do estudo separado nas seguintes temáticas: perfil das empreendedoras, caracterização dos seus empreendimentos e atuação destas mulheres como Microempreendedor Individual (MEI).

4.1 PERFIL DAS EMPREENDEDORAS

Neste item, apresentam-se a faixa etária, escolaridade, média da renda familiar, estado civil, quantidade de filhos, ocupação anterior à abertura do empreendimento pelo MEI e se há algum familiar próximo que seja empreendedor.

Com a aplicação do questionário, obteve-se que a faixa etária predominante entre as entrevistadas é de 35 a 44 anos (28,6%), seguida de 25 a 34 anos (24,2%), 45 a 54 anos (23,1%), 55 a 64 anos (12,1%) e 18 a 24 anos (12,1%). Pode-se observar que há uma boa distribuição na faixa etária das MEIs, já que não há nenhuma com maior ênfase. Foi possível observar que a informação encontrada no presente trabalho foi a mesma identificada no relatório do GEM (2020), já que, neste, quando somadas as taxas de empreendedores nascentes, novos e estabelecidos, é possível identificar 34,9%, seguido de 45 a 54 anos (34,8%), 25 a 34 anos (33,1%), 55 a 64 anos (31,7%) e 18 a 24 anos (25,7). A ordem dos resultados aqui encontrados com os do relatório possui pouca diferença. Já no estudo realizado por Silva e Dornelas (2019), a faixa etária predominante dos empreendedores do município de Bambuí é de 60 anos ou mais, o qual diverge do averiguado no presente estudo. Portanto, é possível concluir que as MEIs do estudo são mais velhas, o que pode ser justificado pelo fato de que, com o decorrer da idade, é mais difícil encontrar um emprego que dê estabilidade, já que o mercado busca contratar pessoas mais jovens e recém-formadas.

Com relação à escolaridade, pode-se observar que a maioria das MEIs possuem apenas o ensino médio completo (42,9%), seguido por superior completo ou maior (36,3%), fundamental completo (11%) e fundamental incompleto (9,9%). No relatório do GEM (2020), os valores encontrados possuem pouca discrepância entre si. Também pode-se observar que, neste relatório, ensino médio completo é o que se encontra em melhor posição, com 32,9%, seguido de fundamental incompleto (31,9%), superior completo ou maior (31,5%) e fundamental completo (31,2). Na pesquisa realizada por Silva e Dornelas (2019), o resultado encontrado também foi

ensino médio completo. Sendo assim, conclui-se que o perfil das respondentes se assemelha com o do relatório do GEM e com a pesquisa de Silva e Dornelas (2019), sendo mulheres que possuem o ensino médio completo.

Quanto à renda familiar, a resposta que obteve maior evidência foi mais de 2 até 3 salários-mínimos (29,7%), seguida de mais de 3 até 6 salários-mínimos (25,3%), mais de 1 até 2 salários-mínimos (24,2%), prefiro não responder (9,9%), mais de 6 salários-mínimos (7,7%), até 1 salário-mínimo (3,3%).

A informação encontrada com a aplicação do questionário revela divergência com a identificada pelo relatório do GEM (2020), visto que, neste último, a resposta com maior predominância é mais de 6 salários-mínimos (43%), seguida de mais de 3 até 6 salários-mínimos (40,1%), mais de 2 até 3 salários-mínimos (35,4), mais de 1 até 2 salários-mínimos (27,6%) e até 1 salário-mínimo (23,2%). Já na pesquisa realizada em outro município da região por Silva e Dornelas (2019), a resposta com maior predominância foi de R\$ 1.729,01 até R\$ 2.763,00, o que gira em torno de 1 até 2 salários-mínimos. O que pode justificar a diferença entre a presente pesquisa e o relatório do GEM é o fato de o município estudado ser muito pequeno quando comparado às grandes cidades, possuindo uma economia inferior à encontrada nas capitais do País. Já a pesquisa realizada no outro município da região evidencia uma pequena diferença do resultado encontrado para o município estudado e pode ser justificada que mesmo sendo menor que o outro município da região, possui sua economia centrada no turismo.

Quando questionadas sobre seu estado civil, obteve-se que a maioria é casada (60,4%), logo após, solteira (23,1%), divorciada (9,9%) e viúva (6,6%). No estudo realizado por Barbosa *et al.* (2019), foi possível observar que a maioria das mulheres participantes da pesquisa são casadas. Esse resultado é compatível com o encontrado na pesquisa com as MEIs do município estudado. Tal fato pode ser explicado devido à faixa etária dessas mulheres, já que, em sua grande parte, as MEIs possuem de 35 a 44 anos, e nessa idade é comum que as mulheres já se encontrem casadas.

Sobre possuir filhos, a resposta que obteve maior predominância foi sim (69,2%), seguida de não (30,8%). Na pesquisa realizada por Barbosa *et al.* (2019), foi possível concluir que a maioria das participantes do estudo possuem filhos. Esse resultado também foi encontrado no presente estudo. O que pode justificar tal fato é a questão da grande maioria das MEIs participantes da pesquisa serem casadas e possuir idade entre 35 e 44 anos, e esses fatores acabam influenciando essas mulheres a serem mães.

Posteriormente, foi perguntado às MEIs que responderam “sim” ao questionamento feito anteriormente quantos filhos elas tinham. A resposta predominante foi 2 filhos (44,44%), seguida

de 1 filho (39,68%), 3 filhos (14,28%) e 4 filhos (1,2%). No estudo de Teixeira (2018), foi possível identificar que a maioria das participantes da pesquisa possuem entre um e dois filhos, resultado compatível com a pesquisa realizada no município estudado, visto que a maioria possuiu dois filhos, e, logo após, um filho. Tal fato pode ser explicado porque muitas mulheres veem no empreendedorismo uma forma de conseguir dar uma vida melhor a seus filhos; sendo assim, eles acabam sendo uma motivação para elas. Também é visível que o número de filhos tende a diminuir, já que o papel de mãe pode interferir bastante no negócio - prova disso é que as MEIs do município investigado e que possuem acima de três filhos representam um número bem menor quando comparado ao das mulheres que possuem um ou dois filhos.

No que se refere à ocupação anterior à abertura do empreendimento pelo MEI, pôde-se constatar que a grande maioria das MEIs trabalhavam como colaboradora (funcionária) em empresa (45,1%); em seguida, outros (21,9%); trabalhava informalmente no mesmo negócio (14,3%); estudante (11%); trabalhava informalmente em outro negócio (6,6%); e estagiária em empresa (1,1%).

De acordo com o SEBRAE (2022), a ocupação que possui maior nível de predominância antes da formalização é a de colaboradora (funcionária) de empresa (57%), sendo identificada na aplicação do questionário. Na pesquisa realizada por Silva e Dornelas (2019), a resposta que mais predominou foi carteira assinada. Tal fato pode ser justificado porque muitas mulheres se sentem cansadas com seus empregos e acabam encontrando no MEI uma forma de melhorar de vida, além de poderem exercer uma nova atividade e ainda conseguirem conciliar seu trabalho com suas demais atividades.

Também foi perguntado se as MEIs possuíam algum familiar empreendedor, e, em sua grande maioria, a resposta foi sim (61,5%), seguida por não (38,5%). No estudo feito por Bertolami (2017), foi observado que ter alguém da família com um negócio, principalmente se for no mesmo ramo, pode auxiliar o empreendedor a ter uma empresa com maior chance de sobrevivência, já que um pode auxiliar o outro com informações que possam ajudar na tomada de decisão. Fato esse justificado, já que 61,5% das MEIs possuem algum familiar empreendedor, e 68,1% das mulheres que precisaram de empréstimos procuraram um familiar ou amigo para conseguirem o recurso financeiro, mesmo o estudo não perguntando se o familiar empreendedor atuava no mesmo ramo que as MEIs, podendo-se sugerir que eles tenham motivado essas mulheres a empreenderem, ajudando-as financeiramente.

Posteriormente, foi perguntado às MEIs que responderam “sim” à pergunta anterior quem eram os familiares próximos empreendedores. Observa-se que irmão possui maior número de

respostas (23,22%); posteriormente, pais (19,08%), filho (17,8%), marido (16,7%), tio (12,5%) e primo (10,7%). O relatório do GEM (2019) aponta que 24,4% das mulheres possuem como motivação para iniciar seu negócio continuar uma tradição familiar. Assim, o resultado predominante do questionário não se equipara ao do GEM, pois aponta irmão como o familiar empreendedor. Pode-se justificar essa resposta pelo fato de que nem sempre o negócio é para continuar tradições; algum familiar que possui um empreendimento de sucesso pode ser motivo de incentivo para a MEI, visto que, como o município é pequeno, ele pode ajudá-la a divulgar o negócio e atrair clientes.

O próximo tópico abordou sobre as características dos empreendimentos das mulheres que atuam como MEI no município estudado.

4.2 CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS

Este tópico teve como principal intuito abordar as características dos empreendimentos estudados, apresentando o ramo de atividade/atuação, setor de atuação, o faturamento do negócio por mês, localização da empresa, quem realiza a parte financeira do empreendimento e se a empresa conta com algum funcionário.

Assim, questionou-se às MEIs sobre o ramo de atividade/atuação de cada uma: a prestação de serviços (41,8%) foi predominante, seguida de comércio (27,5%), comércio e prestação de serviços (9,9%), outros (6,5%), indústria e comércio (4,4%), indústria e prestação de serviços (3,3%), indústria (2,2%), indústria, comércio e prestação de serviços (2,2%), indústria ou indústria e comércio (2,2%).

Para o SEBRAE (2022), o setor de serviços é o que possui maior predominância, assim como no resultado encontrado pela presente pesquisa. No estudo realizado por Oliveira, Nakazone e Coelho (2016), afirma-se que o setor predominante é o de comércio e serviços, visto que são áreas em que as MEIs conseguem atuar dentro de suas casas. O que pode explicar tal fato é que, quando comparado a outros ramos de atuação, o setor de serviços costuma ter um investimento mais baixo, além de possuir uma gama muito grande de possíveis serviços a serem ofertados. Além disso, conforme citado por Oliveira, Nakazone e Coelho (2016), é possível atuar no setor de serviços dentro do próprio domicílio, o que acaba ajudando as MEIs, pois, na maioria das vezes, não precisam ter gastos com aluguel.

Posteriormente, também foi perguntado sobre o setor de atuação das MEIs, estando os dados obtidos expostos na Tabela 3.

Tabela 3: Setor de atuação

Setores de atividade	Número de empreendimentos	Valor relativo (%)
Alimentação	12	13,19
Confeitaria	4	4,40
Estética	7	7,69
Vestuário	7	7,69
Hospedagem	8	8,79
Fotografia	4	4,40
Salão de beleza	8	8,79
Costureira	6	6,59
Loja de calçados	3	3,30
Escola de informática	1	1,10
Aulas de dança	1	1,10
Papelaria	5	5,49
Escola de artes	1	1,10
Contabilidade	4	4,40
Academia de natação e hidroginástica	1	1,10
Loja de informática	3	3,30
Fabricação de bolsas e bordados	1	1,10
Odontológica	3	3,30
Bar	2	2,20
Artesanato	4	4,40
Venda de verdura	1	1,10
Arquiteta	2	2,20
Funerária	1	1,10
Lavanderia	3	3,30
TOTAL	91	100

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Foi possível observar que as MEIs do município estudado atuam nos mais diversos setores, desde aqueles que normalmente são exercidos por mulheres, como salões de beleza e estética, até os setores de funerária e bar, que normalmente são setores onde os homens predominam. O SEBRAE (2022) aponta que os setores onde as mulheres que atuam como MEI mais costumam empreender são: tratamento de beleza (95,9%), serviços domésticos (95,6%) e fabricação de artigos de vestuário (94,8%). Na pesquisa realizada por Silva e Dornelas (2019), em outro município estudado da região, a resposta com maior predominância foi bares e açai. Já esta pesquisa revelou que os setores predominantes são: alimentação, hospedagem e salão de beleza, evidenciando diferença com o resultado encontrado no outro município já estudado da região. O que pode explicar esse fato é que, como se trata este estudo de uma da pesquisa realizada em um município turístico, possui sua economia centrada nesse campo, sendo uma tendência que as mulheres empreendam nessas áreas.

Para caracterizar melhor os empreendimentos estudados, foi perguntado às MEIs sobre o faturamento médio do negócio por mês, podendo-se constatar que o valor que mais se destacou foi

R\$2.000,00 (20,25%), logo após R\$3.000,00 (15,9%), R\$4.000,00 (13,93%), R\$5.000,00 (7,59%), R\$6.000,00 (7,59%), R\$12.000,00 (7,59%), R\$8.000,00 (5,06%) e R\$ 25.000,00 (2,53%).

De acordo com o SEBRAE (2022), para se enquadrar como MEI, é necessário que o faturamento do negócio seja de até R\$ 81.000,00 por ano, ou R\$ 6.750,00 ao mês. Na pesquisa realizada foi possível identificar que 15,18% das MEIs possuem um faturamento mensal acima de R\$ 6.750,00. Sendo assim, essas mulheres acabam correndo o risco de sofrer um desenquadramento do MEI, visto que estão extrapolando o limite anual permitido. Também é importante ressaltar sobre a questão acima, podendo ter ocorrido um entendimento incorreto da questão, pois as MEIs poderiam ter confundido a questão com a sua renda familiar. Este é um ponto que as empreendedoras devem rever, caso realmente seja o faturamento mensal de seu negócio.

As MEIs que possuem faturamento acima de R\$ 6.750,00 mensais têm algumas características semelhantes, como ensino superior completo ou maior, trabalhar informalmente no mesmo negócio antes de se formalizarem como MEI, possuírem um funcionário e possuírem um negócio acima de três anos e meio de fundação.

Quanto à localização do empreendimento, foi possível constatar que, em sua maioria, os empreendimentos estão localizados em casa (39,6%), seguidos de estabelecimento próprio (27,5%), cômodo alugado (26,4%), outro (4,3%), estabelecimento do cliente (1,1%), na rua (ambulante) (1,1%) e *Shopping* ou feira (0%).

De acordo com o SEBRAE (2022), 38% dos entrevistados possuem seu negócio em sua própria residência, sendo o mesmo resultado encontrado em ambas as pesquisas. Já no estudo de Silva e Dornelas (2019), realizado no município da região, foi possível observar que a maioria dos entrevistados possuem seus negócios em cômodo alugado. Tal fato é explicado justamente pelo motivo de que, em casa, as mulheres conseguem controlar melhor seu tempo, pois não precisam se locomover da empresa até em casa, diminuindo gastos e estando presente nos dois ambientes em que elas atuam de forma simultânea. Conforme visto anteriormente, há uma maior predominância das MEIs no setor de serviços, sendo uma tendência das mulheres que empreendem nessa área terem seu negócio em casa. Além disso, este município estudado é menor, se comparado ao da região também já estudado, permitindo uma locomoção mais fácil e possibilitando que a abertura dos empreendimentos seja em casa, e não no centro da cidade.

Também foi questionado às MEI's a respeito de quem realiza as ações de toda a parte financeira do empreendimento, ou seja, quem é a pessoa responsável por pagar documentos como

a DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), declaração anual etc. Obteve-se que a resposta preponderante foi eu mesma (54,9%); após, um contador (41,8%); e outros (3,3%).

No estudo realizado por Silva e Dornelas (2021), quem executa toda a parte financeira do empreendimento é um contador, segundo as pesquisadas. O resultado é divergente do encontrado no estudo realizado neste município estudado, visto que quem realiza a parte financeira do negócio é a própria MEI. Esse fato pode ocorrer devido ao faturamento do negócio, que gira em torno de R\$ 2.000,00 mensais. Com isso, as MEIs passam a fazer toda a parte financeira do empreendimento sozinha, para cortar gastos e, conseqüentemente, obter um maior retorno financeiro do seu negócio.

Por último, foi questionado às MEIs sobre a quantidade de funcionários que possuem em seu empreendimento, e a resposta que mais prevaleceu foi que possui colaborador (63,7%); seguida de sim, um funcionário (28,6%); e sim, dois funcionários (7,7%).

Foi possível observar que 7,7% das MEIs correm o risco de sofrer um desenquadramento do MEI, pois o SEBRAE (2021) afirma que os Microempreendedores Individuais podem ter apenas um funcionário contratado. Pode-se também notar que grande parte das MEIs respondentes do questionário não possuem funcionários, devido ao fato de que a demanda de seu negócio é baixa e, por isso, não há necessidade de se contratar um funcionário. Também pode estar ligado ao fato de que, como grande parte das MEIs possuem um faturamento médio de R\$ 2.000,00, muitas não conseguem manter um funcionário em seu negócio. No próximo tópico foram apresentados os resultados sobre a atuação das mulheres estudadas como Microempreendedoras Individuais.

4.3 ATUAÇÃO DAS MULHERES COMO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL

Como forma de examinar a atuação das mulheres do município estudado como Microempreendedor Individual, foram abordadas questões sobre quando iniciaram as atividades como MEI, pagamento do MEI, conseqüências do não pagamento, outras fontes de renda, resultado sobre a formalização do negócio, crédito e empréstimos. Além disso, os resultados apontaram como as mulheres estudadas conheceram o MEI, suas motivações para a abertura do negócio como MEI, se teve auxílio para promover tal formalização, dificuldades enfrentadas no dia a dia do negócio e situação de férias das pesquisadas.

Para entender melhor a atuação das MEIs do município estudado, tornou-se indispensável perguntá-las quando iniciaram suas atividades atuando como Microempreendedor Individual. Em

sua maioria, o negócio tem acima de três anos e meio de fundação (59,3%), seguido de negócios acima de três meses e menos de três anos e meio (39,6%), e o negócio tem até três meses de fundação (1,1%).

Para o relatório do GEM (2020), os empreendedores novos, ou seja, aqueles cujo negócio possui até 3 meses de fundação, são os que possuem maior predominância, ao contrário do resultado encontrado no município de São Roque de Minas. Já no estudo feito por Silva e Dornelas (2019), 95% dos empreendimentos estudados possuíam de 0 a 5 anos, revelando pequena semelhança com o resultado encontrado na presente pesquisa. Essa fato pode ser justificado, já que a faixa etária predominante entre as MEIs entrevistadas foi de 35 a 44 anos. Sendo assim, por serem mulheres de idade um pouco mais avançada, é justificável que seus negócios possuam acima de 3 anos e meio de fundação.

Também se questionou às respondentes se elas já deixaram de pagar algum boleto mensal do MEI. A resposta que mais obteve destaque foi não (73,6%), seguida de sim (26,4%). A pesquisa realizada pelo SEBRAE (2022) mostra que 54% dos MEIs já deixaram de pagar algum boleto mensal, o que demonstra divergência com o resultado encontrado neste estudo. No trabalho realizado, em outro município da região, por Silva e Dornelas (2019), a resposta que mais predominou foi sim, contradizendo a encontrada no presente estudo. Esse fato revela que as MEIs do município investigado são responsáveis e organizadas, já que, em sua maioria, são elas mesmas que executam a parte financeira de seu negócio.

Ainda sobre os boletos do MEI, foi questionado às mulheres se elas sabiam das consequências de não pagar o boleto mensal do MEI. A resposta que mais sobressaiu foi não sabe/sem resposta (44%); seguido da resposta referente a perder os benefícios previdenciários (25,3%); ter problemas com a Receita Federal (15,4%); e para outras foi ter consequências diversas (6,6%); não conseguir emitir nota fiscal (4,4%); ficar com o nome sujo no SERASA (3,3%); e outros (1%).

O SEBRAE (2022) afirma que a grande maioria dos respondentes de sua pesquisa não sabe quais são as consequências de não pagar o boleto do MEI, e essa informação foi a mesma encontrada com a aplicação do questionário deste estudo. Essa resposta também foi a mesma averiguada no estudo realizado por Silva e Dornelas (2021) em outro município da região. Tal fato pode ser considerado como preocupante, visto que grande parte dos respondentes de ambas as pesquisas não possuem nenhum conhecimento acerca dessas consequências, o que pode gerar, por exemplo, a perda de vários benefícios do MEI, principalmente os relacionados à previdência e seguridade social.

Foi indagado às MEIs se elas possuíam outra fonte de renda além do MEI. Pôde-se observar que, em sua grande maioria, o MEI é a única fonte de renda (52,7%); posteriormente, os resultados obtidos foram: tem emprego formal (com carteira assinada) (15,4%), aluguel de imóvel (9,9%), tem emprego informal (sem carteira assinada) (7,7%), tem outro negócio por conta própria (6,6%), recebe aposentadoria/pensão (6,6%), recebe Auxílio Brasil (programa governamental) (1,1%), recebe ajuda financeira de parentes/amigos, e outros não obteve nenhuma resposta.

Os resultados obtidos com o questionário aplicado às MEIs do município são os mesmos encontrados na pesquisa realizada pelo SEBRAE (2022) e na pesquisa efetuada por Silva e Dornelas (2019). Já na pesquisa efetuada por Navarro *et al.* (2018), as respondentes afirmaram que buscaram a formalização do MEI como forma de aumentar a renda da família e ganhar seu próprio dinheiro. Foi possível constatar que o MEI dá a estas mulheres o faturamento essencial para se manterem; por isso, não precisam buscar outras fontes de renda para se sustentarem ou conseguirem realizar seus objetivos.

Também se fez necessário questionar às respondentes se a formalização do negócio contribuiu para o aumento das vendas/serviços e para 59,3% sim, enquanto 40,7% responderam que não. As respostas encontradas nas pesquisas feitas pelo SEBRAE (2022) e por Silva e Dornelas (2019), convergiram com os resultados deste estudo. Justifica-se que a formalização traz consigo grandes benefícios, por exemplo, a emissão de nota fiscal, os quais acabam facilitando o dia a dia das MEIs e, conseqüentemente, ajudando em suas vendas.

Ainda como forma de saber mais sobre os benefícios da formalização como Microempreendedor Individual MEI, foi perguntado se a formalização contribuiu na melhoria das condições de compra com seus fornecedores. Em sua maioria, 80,2% responderam que sim, enquanto 19,8% mencionaram que não. Novamente, os resultados encontrados convergiram com pesquisas do SEBRAE (2022) e de Silva e Dornelas (2019). Sendo assim, é possível classificar a formalização como um ato que consegue trazer inúmeros benefícios, em diferentes aspectos, às MEIs, já que a formalização foi capaz de trazer resultados positivos tanto no aumento das vendas, quanto nas condições de compra com o fornecedor.

Com intuito de complementar o estudo e buscar informações sobre como as mulheres respondentes do questionário conseguiram recursos financeiros para abrir/formalizar seus negócios, foi perguntado a elas se já solicitaram algum tipo de crédito/empréstimo. No entanto, a pergunta obteve um total de 68,1% para não buscou empréstimo, e 31,9% para sim, buscou empréstimo. Tanto na pesquisa do SEBRAE (2022), quanto na pesquisa realizada por Silva e Dornelas (2019), foi possível observar que, em ambas, não se buscou empréstimo, sendo esse

resultado o mesmo encontrado na presente pesquisa. É possível concluir que, como se trata de negócios pequenos e mais focados na prestação de serviços, o investimento pode ser considerado baixo e, por isso, não houve necessidade de se buscar empréstimo.

Para aquelas que responderam sim à pergunta feita anteriormente, também foi perguntado onde buscaram o empréstimo. Foi possível constatar que 68,1% das mulheres entrevistadas buscaram o empréstimo com um amigo ou familiar; 31,9%, em banco; e nenhuma buscou empréstimo com agiota. No estudo realizado por Vasconcelos e Pereira (2018), é apresentado que o MEI, quando vai solicitar algum empréstimo ao banco, precisa mostrar a este todo o funcionamento do seu negócio, utilizando documentos que são solicitados pela entidade financeira, sendo que essa documentação pode variar de banco para banco, e, só após uma avaliação, é possível verificar se o MEI possui condições de pagar ou não pelo financiamento. Após avaliar os fatos apresentados, foi possível concluir que as MEIs do município estudado que buscaram pelo empréstimo tiveram como preferência procurar um amigo ou familiar, justamente pela questão de ser menos burocrático.

Também foi investigado entre as MEIs sobre como elas tomaram conhecimento do MEI, enquanto modo de formalizar o seu negócio. Ressalta-se que a maioria tomou conhecimento a partir de outro(s) MEI (27,5%), com amigos (22%), familiares (22%), outra forma (10,9%), SEBRAE (7,7%), prefeitura (5,5%) e associação comercial (4,4%).

Na pesquisa realizada por Silva e Dornelas (2021), a resposta que obteve maior predominância foi familiares. Esse resultado é divergente do encontrado nesta pesquisa já que a resposta que obteve maior destaque foi outros(a) MEI's. A explicação para tal motivo pode ser devido ao tamanho do município, já que este possui uma quantidade menor de habitantes quando comparado ao município da região, onde se realizou a primeira pesquisa. Assim, por ser um município pequeno, a população acaba se conhecendo e tendo maior contato, e, com isso, passam a compartilhar informações entre si.

Quando perguntadas sobre qual foi o principal motivo que as levou a se registrar como Microempreendedor Individual, afirmaram ser os benefícios do INSS (23,6%), seguido de possibilidade de crescer mais como empresa (16,3%), evitar problemas com a fiscalização/prefeitura (11,8%), facilidade de abrir empresa (9,5%), possibilidade de emitir nota fiscal (8,6%), possibilidade de vender para o governo (7,2%), custo de formalizar é barato/de graça (5,4%), conseguir empréstimo como empresa (4,5%), possibilidade de aceitar cartão de crédito/débito (3,1%), possibilidade de fazer compras mais baratas/melhores (2,7%), ter uma

empresa formal (2,5%), indicação/recomendação do meu empregador (2,5%), possibilidade de vender para outras empresas (2,3%) e outros, que não obteve nenhuma resposta.

Tabela 4: Principal motivo que levou a ser MEI

Motivo	Porcentagem
Benefícios do INSS	23,6%
Conseguir empréstimo como empresa	4,5%
Custo de formalizar é barato/de graça	5,4%
Evitar problemas com a fiscalização/prefeitura	11,8%
Facilidade de abrir empresa	9,5%
Possibilidade de aceitar cartão de crédito/débito	3,1%
Possibilidade de crescer mais como empresa	16,3%
Possibilidade de emitir nota fiscal	8,6%
Possibilidade de fazer compras mais baratas/melhores	2,7%
Possibilidade de vender para o governo	7,2%
Possibilidade de vender para outras empresas	2,3%
Ter uma empresa formal	2,5%
Indicação/Recomendação do meu empregador	2,5%
Outro	0
TOTAL	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

A resposta “Benefícios do INSS” foi a mais escolhida, tanto nas pesquisas do SEBRAE (2022) e de Silva e Dornelas (2019) quanto nesta pesquisa. Tal fato se justifica porque as MEIs estão pensando em seu futuro, pois, quando não conseguirem mais exercer suas atividades como empreendedoras, muitas querem segurança em seu futuro; por isso, acabam aderindo ao MEI como meio de formalizar seu negócio e também já contribuindo para uma futura aposentadoria.

Também foi indagado às MEIs se elas receberam ajuda para se registrar como Microempreendedor Individual. Foi possível constatar que 78% precisaram de ajuda de um contador, 9,9% utilizaram da ajuda de um amigo ou familiar, 7,7% alegaram não ter recebido nenhuma ajuda, 2,2% receberam ajuda da prefeitura/associação/outras instituições, 1,1% contaram com a ajuda do SEBRAE, 1,1% precisaram da ajuda de uma empresa, e a opção outro não recebeu nenhuma resposta.

A pesquisa realizada pelo SEBRAE (2022) revela que a grande maioria dos entrevistados não precisou de ajuda para se registrar como MEI. Já na pesquisa de Silva e Dornelas (2019), foi possível identificar a mesma resposta obtida no presente estudo. O resultado do SEBRAE (2022) é divergente do encontrado entre as MEIs do município estudado, pois estas precisaram da ajuda de um contador para se registrarem ou de outras organizações. Tal motivo pode ser justificado pelo fato de que a maioria possui apenas o ensino médio completo e podem se achar incapazes de realizar o registro, pensando que este precisa de alguém com maior grau de estudo para ser realizado.

Dando continuidade, também foi perguntado para as respondentes quais as principais dificuldades que elas enfrentam no dia a dia do negócio. Para muitas, a principal dificuldade é conquistar clientes e vender mais (20%), seguida de comprar bem e barato (18,6%), não sinto dificuldade (18%), controlar o dinheiro da empresa (16%), entender e cumprir as obrigações legais (10%), competir com concorrentes (7,3%), conseguir crédito ou dinheiro emprestado (4%), dificuldades com o ponto comercial (infraestrutura, aluguel, localização etc.) (4%), e outra (2,1%).

Tabela 5: Principal dificuldade do dia a dia

Dificuldades do dia a dia	Porcentagem
Comprar bem, comprar barato	18,6%
Conquistar clientes, vender mais	20%
Conseguir crédito ou dinheiro emprestado	4%
Controlar o dinheiro da empresa	16%
Entender, cumprir as obrigações legais	10%
Competir com concorrentes	7,3%
Dificuldades com o ponto comercial (Infraestrutura, aluguel, localização etc.)	4%
Não sinto dificuldade	18%
Outra	2,1%
TOTAL	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Na pesquisa realizada por Silva e Dornelas (2021), a resposta que obteve maior predominância foi conquistar clientes/vender mais, sendo a mesma detectada neste estudo. Foi possível, então, constatar que as MEIs estão em busca de novos clientes, com o intuito de conseguirem alavancar suas vendas.

5 CONCLUSÕES

O presente estudo se propôs analisar o empreendedorismo feminino sob a ótica de Microempreendedoras Individuais (MEIs) em um município do circuito turístico em Minas Gerais, bem como, traçar o perfil das mulheres Microempreendedoras Individuais (MEI), caracterizar seus empreendimentos e averiguar o cenário de atuação destas mulheres como MEI.

O perfil típico encontrado foi de mulheres que possuem, em sua maioria, de 35 a 44 anos, com ensino médio completo, possuem renda familiar de mais de 2 até 3 salários-mínimos, são mulheres casadas e com a maioria com dois filhos. Antes de atuarem como MEI, trabalhavam como colaboradoras (funcionárias) em empresas, possuindo como familiar empreendedor, seus irmãos.

Seus empreendimentos puderam ser caracterizados como negócios que, em sua maioria,

tiveram como principal atividade a prestação de serviços. O setor de atuação com a presença de mais MEIs é o de alimentação, e o faturamento médio do negócio, por mês, foi de R\$ 2.000,00. A grande maioria dos negócios estão localizados e instalados na própria casa da empreendedora, e quem realiza a gestão financeira do empreendimento são as próprias MEIs, sendo que os negócios, em grande parte, não possuem nenhum funcionário contratado.

O cenário de atuação das MEIs pode ser caracterizado como negócios que têm acima de 3 anos e meio de fundação. Elas estão com o pagamento do boleto do MEI em dia, mas não sabem as consequências de não o pagar. As respondentes possuem o MEI como sua única fonte de renda, e concluíram que a formalização do negócio representou aumento das vendas, contribuindo para uma melhor condição de compra com seus fornecedores. Foi possível identificar que a grande maioria das MEIs não solicitou empréstimo, mas que a minoria que solicitou pegou o dinheiro com um amigo ou familiar. Estas mulheres conheceram o MEI por meio de outros MEIs, e o principal motivo que as fez se registrar foram os benefícios do INSS, sendo que, para o registro, foi necessária a ajuda de um contador. Muitas acreditam que sua maior dificuldade no dia a dia é conquistar clientes e vender mais.

Também é válido ressaltar que é de suma importância que as instituições públicas fomentem a conscientização e a divulgação tanto sobre o MEI quanto sobre o empreendedorismo feminino, como formas de alavancar o desenvolvimento regional dos municípios.

Quanto ao fator limitante do estudo, este se deu pela dificuldade no acesso a algumas MEIs para responderem ao questionário, visto que o banco de dados fornecido pela prefeitura do município encontrava-se desatualizado e a maioria dos empreendimentos havia mudado de local e telefone. Além disso, parte dos empreendimentos não possuía redes sociais, o que dificultou o contato com as MEIs.

Sugere-se, então, a partir deste estudo, que novas pesquisas e trabalhos sejam realizados futuramente, visando a um estudo mais aprofundado sobre o tema, que busque a fundo entender melhor o empreendedorismo feminino e também o Microempreendedorismo Individual, que são dois assuntos atuais e que podem representar a melhoria do desenvolvimento econômico e social dos municípios.

REFERÊNCIAS

AMORIM, R. O; BATISTA, L. E. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. **Núcleo de Pesquisa da FINAN**, v. 3, n. 3, p. 1-14, 2012. Disponível em: uniesp.edu.br/sites/biblioteca/revistas/20170602115149.pdf. Acesso em: 24 ago.2022.

BARBOSA, H. M. A. *et al.* Gerenciando o conflito trabalho-família no empreendedorismo feminino: evidências de um estudo com microempreendedoras individuais. **Revista de Gestão e**

Secretariado, [S. l.], v. 12, n. 2, p. 94–121, 2021. Disponível em:
<https://www.revistagesec.org.br/secretariado/article/view/1123>. Acesso em: 2 ago. 2022.

BARBOSA, I. F. *et al.* Empreendedorismo feminino: perfil, desafios e conquistas no sertão central Cearense. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, n. 4, pp. 138-156, 2019. Disponível em: relise.eco.br/index.php/relise/article/view/345/293. Acesso em: 1 dez. 2022.

BARRETO, L. P. Educação para o empreendedorismo. *Educação Brasileira*, Curitiba, v. 20, n. 41, pp. 189-197, 1998. Disponível em:
issuu.com/agenciadeinovacaoufpr/docs/livro_educacao_para_o_empreendedor_21a069eb1df28a. Acesso em: 24 ago. 2022.

BERTOLAMI, M.; ARTES, R.; GONÇALVES, P. J.; HASHIMOTO, M.; LAZZARINI, S. G. Sobrevivência de empresas nascentes: influência do capital humano, social, práticas gerenciais e gênero. **Revista de Administração Contemporânea**, [S. l.], v. 22, n. 3, p. 311–335, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2018160121>. Acesso em: 03 ago. 2022.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 2ª ed. rev. E atualizada - São Paulo: Saraiva, 2004.

DOLABELA, F. **A corda e o sonho**. *Revista HSM Management*, 80, p. 128-132, 2010.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 4. ed. rev. atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

FRANCO, M. M. S. Empreendedorismo Feminino: Características Empreendedoras das mulheres na Gestão das Micro e Pequenas Empresas. In: VIII ENCONTRO DE ESTUDOS EM EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS (EGEPE), **Anais eletrônicos**. Goiânia, 2014. Disponível em: <http://www.egepe.org.br/anais/tema07/333.pdf>. Acesso em: 31 jul. 2022.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades, **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995. Disponível em:
<https://doi.org/10.1590/S0034-75901995000200008>. Acesso em: 17 dez. 2022.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª Ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2008.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – **GEM. Empreendedorismo no Brasil – 2019**. Recorte temático: Sexo. Curitiba: IBQP, 2020. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/06/GEM-2019-Sexo.pdf>. Acesso em: 24 abr. 2022.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – **GEM. Empreendedorismo no Brasil – 2020**. Relatório Executivo (2020). Curitiba: IBQP, 2022. Disponível em:
https://www.academia.edu/62468697/GEM_Livro_Empreendedorismo_no_Brasil_2020_web. Acesso em: 23 jun. 2022.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – **GEM. 2021/2022 Global Report**: Opportunity Amid Disruption, London, 2022. Disponível em:

//www.gemconsortium.org/report/gem-20212022-global-report-opportunity-amid-disruption, Acesso em: 26 Jun. 2022.

GONSALVES, E. P. **Iniciação à pesquisa científica**. Campinas: Alinea, 2001. Disponível em: <http://bds.unb.br/handle/123456789/373>. Acesso em: 17 dez. 2022.

GOV.BR. **O que você precisa saber antes de se tornar um MEI?** Empresas & Negócios. [s.d.]. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/quero-ser-mei/o-que-voce-precisa-saber-antes-de-se-tornar-um-mei>. Acesso em: 17 dez. 2022.

HASHIMOTO, M. **Espírito empreendedor nas organizações**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010. IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. São Roque de Minas. 2021. Disponível em: [IBGE | Cidades@ | Minas Gerais | São Roque de Minas | História & Fotos](#). Acesso em: 22 jun.2022.

JONATHAN, E. G. Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências. In: EGEPE – ENCONTRO DE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. 3., 2003, Brasília. **Anais...** Brasília, UEM/Uel/UnB, 2003, p. 41-53. Disponível em: anagepe.org.br/wp-content/uploads/2021/09/04.pdf. Acesso em: 03 ago. 2022.

JUCEMG - JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS. **Estudo inédito da Jucemg revela perfil empresarial em Minas Gerais**. Belo Horizonte. 2022. Disponível em: [Junta Comercial do estado de Minas Gerais - JUCEMG](#). Acesso em: 22 jun. 2022.

MAIS MEI. **MEI Microempreendedor Individual em São Roque de Minas, MG**. 2022. Disponível em: <https://www.maismei.com.br/mei-microempreendedor-individual-sao-roque-de-minas-mg>. Acesso em: 01 jun. 2022.

MANTOVANI, E. A. política pública do Microempreendedor Individual como instrumento de precarização do trabalho feminino. **Cadernos de Gênero e Diversidade**, [S. l.], v. 6, n. 3, p. 35–56, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/cadgendiv/article/view/35205>. Acesso em: 2 ago. 2022.

MARCONI, M. de A; LAKATOS, E. M. **Fundamentos da metodologia científica**. 6. Ed. São Paulo, Atlas, 2005.

MARTINS, L. L; EDDLESTON, K. A; VEIGA, J. F. Moderators of the relationship between workfamily conflict and career satisfaction. **Academy of Management Journal**, Estados Unidos, v. 45, n. 2, 399-409, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.5465/3069354>. Acesso em: 03 ago. 2022.

MARTINS, G. A. Estudo de caso: uma reflexão sobre a aplicabilidade em pesquisa no Brasil. **Revista de Contabilidade e Organizações**, v. 2, n. 2, p. 9-18, 2008. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rco/article/view/34702>. Acesso em: 5 jun. 2022.

MICOZZI, A; LUCARELLI, C. Heterogeneity in entrepreneurial intent: the role of gender across countries. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, Inglaterra, v. 8, n. 2, p. 173-194, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/IJGE-06-2015-0021>. Acesso em: 03 ago. 2022.

NAVARRO, F. DA S. *et al.* Trajetória das microempreendedoras individuais na região metropolitana de Belém: crescimento pessoal, empoderamento feminino e a formalização de seus negócios. **REMIPE - Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco**, Osasco, v. 4, n. 1, p. 101-126, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.21574/remipe.v4i1.9>. Acesso em: 03 ago. 2022.

OLIVEIRA, E. M. de; NAKAZONE, N.; COELHO, T. de J. N. G. T. de. A participação feminina no microempreendedorismo individual no Estado de São Paulo. **Revista Lumen**, São Paulo, v. 1, n. 1, 2015. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.32459/revistalumen.v1i1.16>. Acesso em: 03 ago. 2022.

ONU MULHERES. **Princípios de empoderamento das mulheres**. [s.l.]: ONU Mulheres Brasil, Rede Brasil do Pacto Global, Movimento Mulher 360. Disponível em:

- <https://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2016/04/cartilhaONUMulheresNov2017digital.pdf>. Acesso em: 22 jun. 2022.
- POSSATTI, I. C.; DIAS, M. R. **Multiplicidade de papéis da mulher e seus efeitos para o bem-estar psicológico**. Porto Alegre, Psicologia Reflexão e Crítica, v. 15, n. 2, p. 293-301, 2022.
- SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO A MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Empreendedorismo e Inovação**. Brasília, 2022. Disponível em: <https://Empreendedorismo e Inovação - Sebrae>. Acesso em: 24 abr. 2022.
- SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO A MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Motivos que levam ao desenquadramento do MEI**. Brasília, 2022. Disponível em: [Motivos que levam ao desenquadramento do MEI - Sebrae SC \(sebrae-sc.com.br\)](https://Motivos que levam ao desenquadramento do MEI - Sebrae SC (sebrae-sc.com.br)). Acesso em: 03 jun. 2022.
- SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO A MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Consequências de atrasar guia DAS**. Brasília, 2022. Disponível em: www.sebrae-sc.com.br/blog/consequencias-de-atrasar-guia-das. Acesso em: 17 dez. 2022.
- SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO A MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Você sabe o que é um microempreendedor individual - MEI?** Brasília, 2021. Disponível em: [Você sabe o que é um Microempreendedor Individual - MEI? - Portal do Sebrae SC \(sebrae-sc.com.br\)](https://Você sabe o que é um Microempreendedor Individual - MEI? - Portal do Sebrae SC (sebrae-sc.com.br)). Acesso em: 01 jun. 2022.
- SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO A MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **O que é empreendedorismo feminino?** Brasília, 2019. Disponível em: [O que é empreendedorismo feminino? | Portal de Atendimento do SEBRAE \(sebraeatende.com.br\)](https://O que é empreendedorismo feminino? | Portal de Atendimento do SEBRAE (sebraeatende.com.br)). Acesso em: 27 jun. 2022.
- SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO A MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Empreendedorismo como meio de desenvolvimento local**. Brasília, 2019. Disponível em: [Empreendedorismo como meio de desenvolvimento local \(sebraers.com.br\)](https://Empreendedorismo como meio de desenvolvimento local (sebraers.com.br)). Acesso em: 01 jun. 2022.
- SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO A MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Relatório especial MEI 10 anos**. Brasília, 2019. Disponível em: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/09/MEI-10-anos-p-impressao-v_3_compressed.pdf. Acesso em: 01 jun. 2022.
- SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO A MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Oportunidade ou necessidade?** Brasília, 2017. Disponível em: [Oportunidade ou necessidade? \(sebraers.com.br\)](https://Oportunidade ou necessidade? (sebraers.com.br)). Acesso em: 01 jun. 2022.
- SILVA, F. M. B.; DORNELAS, M. Microempreendedor Individual (MEI) do setor de Comércio. **Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação (EIGEDIN)**, v. 5, n. 1, 30 set. 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufms.br/index.php/EIGEDIN/article/view/14107>. Acesso em: 03 ago. 2022.
- SILVA, N. V. da; MACHADO, A. C. L.; PUCCA, M. B. Perfil da Mulher Microempreendedora de Roraima – Confrontando a Desigualdade de Gênero. **Cadernos de Prospecção**, v. 15, n. 2, p. 411–429, 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/nit/article/view/46868>. Acesso em: 2 ago. 2022.
- TEIXEIRA, E. M. A. Empreendedorismo feminino em pequenas empresas no Distrito Federal – DF. 2018. Trabalho de conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Universidade de Brasília, 2018. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/23844>. Acesso em: 18 dez. 2022.
- VASCONCELOS, P. T. M; PEREIRA, G. F. Análise do capital de giro sob o foco do financiamento para Microempresários Individuais: um estudo de caso no Banco Alfa. 2018. Disponível em: <http://hdl.handle.net/123456789/2138>. Acesso em: 03 dez. 2022.