



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ
CAMPUS ANGICAL
CURSO BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

LUIS PIRES BARBOSA JUNIOR

**EMPREENDEDORISMO POR OPORTUNIDADE OU NECESSIDADE: UM
ESTUDO DE CASO COM OS MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS (MEI) DA
CIDADE DE SÃO PEDRO DO PIAUÍ.**

**ANGICAL DO PIAUÍ
2022**

LUIS PIRES BARBOSA JUNIOR

EMPREENDEDORISMO POR OPORTUNIDADE OU NECESSIDADE: UM ESTUDO
DE CASO COM OS MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS (MEI) DA CIDADE
DE SÃO PEDRO DO PIAUÍ.

Trabalho de Conclusão de Curso (artigo científico) apresentado como exigência parcial para obtenção do diploma do Curso de Bacharelado em Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí. Campus Angical.

Orientadora: Ana Paula Bezerra de Sousa

ANGICAL DO PIAUÍ
2022

EMPREENDEDORISMO POR OPORTUNIDADE OU NECESSIDADE: UM ESTUDO DE CASO COM OS MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS (MEI) DA CIDADE DE SÃO PEDRO DO PIAUÍ.

Luis Pires Barbosa Junior¹
Ana Paula Bezerra de Sousa²

RESUMO

O empreendedorismo é de fundamental importância para o alcance do desenvolvimento econômico de um país. O Brasil é destaque no índice de empreendedorismo em relação aos demais países do mundo, sendo considerado líder de acordo com pesquisas. O objetivo geral do trabalho visa entender os fatores que levam os microempreendedores individuais do município de São Pedro do Piauí a empreender, apresentando as definições de empreendedorismo por oportunidade e por necessidade. Os resultados foram analisados por meio de um questionário feito aos microempreendedores locais a fim de demonstrar a importância desta pesquisa, trazendo consigo novos conhecimentos a respeito do empreendedorismo, além de entender em quais circunstâncias os empreendedores da cidade lançaram seus negócios e os fatores que são necessários para o seu sucesso. Concluiu-se por meio dos dados que o perfil do Microempreendedor Individual de São Pedro do Piauí é em sua maioria mulher, que empreendeu por necessidade, com idade entre 18 a 45 anos e possuindo apenas ensino médio.

Palavras-chave: empreendedorismo; microempreendedor individual; desenvolvimento econômico; necessidade; oportunidade.

ABSTRACT

Entrepreneurship is of fundamental importance for achieving the economic development of a country. Brazil stands out in the entrepreneurship index compared to other countries in the world, being considered a leader according to research. The general objective of the work is to understand the factors that lead individual microentrepreneurs in the municipality of São Pedro do Piauí to undertake, presenting the definitions of entrepreneurship by opportunity and by necessity. The results were analyzed through a questionnaire made to local micro-entrepreneurs in order to demonstrate the importance of this research, bringing with it new knowledge about entrepreneurship, in addition to understanding in which circumstances the city's entrepreneurs launched their businesses and the factors that are necessary for your success. It was concluded from the data that the profile of the Individual Microentrepreneur of São Pedro do Piauí is mostly woman, who undertook by necessity, aged between 18 to 45 years and having only high school.

Keywords: entrepreneurship; individual microentrepreneur; economic development; necessity; opportunity.

Data de aprovação: 15/06/2022

¹ Estudante do Curso de Bacharelado em Administração – IFPI Campus Angical. caang20181baa25@aluno.ifpi.edu.br

² Professor Orientador vinculado ao Curso de Bacharelado em Administração – IFPI Campus Angical. anapaula.bezerra@ifpi.edu.br

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo no Brasil tem aumentado constantemente nos últimos anos. Devido à desestabilização na economia brasileira e o processo de globalização que interfere diretamente nas organizações causando altos índices de desemprego no país, as pessoas que são retiradas desse mercado de trabalho buscam a criação de novas empresas, sejam elas formais ou informais, a fim de se manterem no mercado.

Uma das formas de alcance para o desenvolvimento econômico e geração de empregos é o empreendedorismo. Planejamento, identificação de oportunidades, estar atento às mudanças, inovação, esses são alguns pontos necessários para que um negócio dure e permaneça vivo no mercado.

O Micro Empreendedor Individual - MEI, instituído pela Lei Complementar nº 128/2008 facilitou a formalização de novas atividades econômicas que contribuem para o aquecimento da economia brasileira. Nesse contexto torna-se interessante promover uma investigação que permita verificar as motivações que levaram os MEI's a abrirem um negócio.

Podemos identificar dois tipos de motivações para o empreendedorismo: por oportunidade e por necessidade. Segundo Dornelas (2008) o empreendedorismo por oportunidade se dá quando o empreendedor possui outras opções de emprego, mas opta pela criação de um novo negócio pensado, visando à geração de lucros, empregos e riquezas. Enquanto isso, o empreendedorismo por necessidade nasce por meio da falta de uma fonte de renda, onde não há preparação, estudo ou investimento correto para a abertura de um negócio (GEM, 2014).

Ainda de acordo com Dornelas (2008) o empreendedor é aquele que identifica oportunidades e inicia um negócio a fim de capitaliza-lo, assumindo riscos e possibilidades. O mesmo autor afirma que os empreendedores podem empreender por motivos próprios ou impróprios de sua vontade.

Diante deste contexto, surge o seguinte problema de pesquisa: Quais os motivos que levam as pessoas a empreenderem no município de São Pedro do Piauí? Como objetivo geral buscou-se entender os motivos que levam os microempreendedores do município de São Pedro do Piauí a empreender. Para tanto tem-se como objetivos específicos: analisar os fatores que levam os microempreendedores de São Pedro do Piauí a abrir um negócio, identificar a existência de empreendedorismo por oportunidade e por necessidade, e traçar o perfil dos microempreendedores de São Pedro do Piauí.

Justifica-se a importância desta pesquisa por apresentar uma significativa relevância social, pois através dela exploram-se novos conhecimentos a respeito do empreendedorismo que oferece desenvolvimento e geração de emprego para o município, além de incentivar os empreendedores a desenvolver ainda mais suas características. Além disso, é essencial entender em quais circunstâncias esses empreendedores lançaram seus negócios e os fatores que são necessários para o sucesso de uma empresa.

Assim sendo, este trabalho está dividido nas seguintes seções: a primeira trata da introdução, que faz um plano geral em torno do tema e de seus objetivos. A segunda seção é fundamentada pelo referencial teórico abordando a definição de empreendedorismo e sua importância; empreendedorismo por oportunidade *versus* necessidade; o perfil do empreendedor e por fim os Microempreendedores Individuais. A terceira seção demonstra os procedimentos metodológicos utilizados

na pesquisa. A quarta seção trata dos resultados obtidos e a quinta seção se constitui das considerações finais do trabalho.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção será apresentada uma contextualização sobre o conceito de empreendedorismo e sua importância, as definições de empreendedorismo por oportunidade *versus* necessidade, o perfil do empreendedor e os microempreendedores individuais.

2.1 DEFINIÇÃO DE EMPREENDEDORISMO E SUA IMPORTÂNCIA

Do Francês “entrepreneur”, a palavra empreender, de forma sucinta, significa o envolvimento de pessoas preparadas para assumirem riscos através do desenvolvimento de habilidades e competências para criar, abrir e gerir um negócio (DORNELAS, 2014).

Dornelas (2008) aborda ainda que:

“O empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ele, assumindo riscos calculados. Em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor: tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz; utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive; e aceita assumir riscos calculado e a possibilidade de fracassar”.

Para Barreto (1998) “empreendedorismo é a habilidade de criar e construir algo a partir de muito ou pouco ou quase nada”.

Segundo Chiavenato (2012) o empreendedor é aquele que inicia e/ou dirige um negócio afim de por em prática uma ideia ou um projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando constantemente.

As mudanças ocorridas no período capitalista, as transformações na tecnologia e o desemprego são alguns dos fatores que trás a importância do empreendedorismo no desenvolvimento econômico, onde por meio dele busca-se alternativas e soluções na busca de renda para os indivíduos (DORNELAS, 2008).

Degen (2009) sustenta que a prática de empreender por necessidade ou por oportunidade trás consigo a vontade do empreendedor em obter lucros. O mesmo autor define que o empreendedor por oportunidade busca melhorar seu estado financeiro por meio de um negócio que lhe gere lucros. Já o empreendedor por necessidade visa encontrar uma forma para suprir suas necessidades pela falta de emprego e renda.

Segundo a pesquisa da *Global Entrepreneurship Monitor* (2014), o Brasil é líder em empreendedorismo. Em 2014 a porcentagem de empreendedores no Brasil que era de 23% passou para 34,5% em dez anos. Isso mostra um grande crescimento no ramo e a importância desses empreendedores para a economia no País.

2.2 EMPREENDEDORISMO POR OPORTUNIDADE *VERSUS* NECESSIDADE

Uma das formas de alcance para o desenvolvimento econômico e geração de empregos é o empreendedorismo. Podemos identificar dois tipos de motivações para o empreendedorismo: por oportunidade e por necessidade.

No relatório global GEM (2010) é feita uma análise dos empreendedores por necessidade e por oportunidades, que diz o seguinte:

“Empreendedores por necessidade são aqueles que iniciaram um empreendimento autônomo por não possuírem melhores opções para o trabalho e então abrem um negócio a fim de gerar renda para si e suas famílias. Empreendedores por oportunidade optam por iniciar um novo negócio, mesmo quando possuem alternativas de emprego e renda. Pesquisando mais profundamente essas pessoas e seus motivos, o GEM verifica ainda se esses empreendedores por oportunidade o fazem para manter ou aumentar sua renda ou pelo desejo de independência no trabalho”.

O empreendedorismo por oportunidade surge por meio daqueles empreendedores que optam por começar um negócio mesmo tendo outras opções de renda. Nesta modalidade, nota-se planejamento prévio com foco, análise de riscos e possibilidades, com o objetivo de obter lucros e gerar empregos (DORNELAS, 2014).

SEBRAE (2014) afirma que o empreendedorismo por necessidade nasce como uma alternativa para que se tenha uma fonte de renda, sem preparo inicial para abrir um negócio. O indivíduo investe seu dinheiro em algo que não conhece, sem estudos de mercado ou qualquer tipo de análise de possibilidades e riscos.

Para Hisrich e Peters (2004), o empreendedorismo por necessidade está mais ligado à situação econômica do país, tendendo a diminuir quando a oferta de emprego é maior, sendo mais praticado por pessoas em vulnerabilidade financeira.

Pesquisa do GEM (2013) mostra que o Brasil atingiu, naquele ano, o nível mais elevado de empreendedores por oportunidade dos últimos 12 anos. Com mais de 71% dos Empreendedores por oportunidade (e 28% por necessidade), o país está a frente dos países participantes do BRICS, onde a proporção de empreendedores por oportunidade chegou a 61% na Índia, 65% na Rússia, 66% na China e 70% na África do Sul.

De Vasconcelos, Zaidan e Leite (2017) diz que tanto o empreendedor por oportunidade quanto o empreendedor por necessidade ocorrem atualmente, mas que é necessário dar mais atenção ao empreendedorismo por oportunidade, visto que é o mais crescente no país. Já o empreendedor por necessidade pode dar certo, porém os riscos são muito maiores.

2.3 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Segundo Baggio e Baggio (2014) o empreendedor é um ser inovador. Suas atitudes são construtivas e possuem entusiasmo e bom humor. Para ele não existe somente problemas, mas também soluções.

Para Dornelas (2014) o empreendedor tem sempre uma visão diferenciada das demais pessoas, ele está sempre em busca de oportunidades de negócio. Possui habilidades de percepção, direção, dedicação e muito trabalho, além disso, ele deve ter uma visão de escolha do melhor caminho para que se tenha um empreendimento de sucesso.

“O empreendedorismo para o século XXI será uma revolução silenciosa, sendo um fenômeno de transformação econômica de um país, várias pesquisas relacionadas ao tema, sempre tem por objetivo identificar o que leva um candidato a empreendedor a abrir o seu próprio negócio, a fim de

perceber também os fatores que levam ao sucesso ou ao fracasso” (CASTRO, 2015).

Empreendedor é aquele que busca alcançar seus objetivos por meio da inovação, a fim de obter sucesso em seu empreendimento. Ele trás consigo produtos e serviços diferenciados do mercado, com alta qualidade, levando os consumidores a optarem pelos seus produtos. Com metas traçadas, o empreendedor busca os momentos certos para se assegurar e fazer a diferença no mercado de trabalho (CHIAVENATO, 2007).

Dolabela (2006) defende que o indivíduo não nasce com perfil de empreendedor. Todo indivíduo que é estimulado e desenvolve algumas habilidades pode ter em si o espírito empreendedor assim, produzindo efeitos na sociedade.

Na busca constante pelos objetivos os empreendedores criam uma visão mais ampla dos negócios, enxergando além, visualizando produzir riqueza, desenvolve práticas e visões que contribuem para o desenvolvimento da sociedade, a fim de gerar mais empregos e criar novos empreendimentos, isso que é o espírito empreendedor, buscar iniciativa e receber com responsabilidade as oportunidades encontradas (HISRICH & PETERS, 2004).

2.4 MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS

De acordo com o SEBRAE, MEI significa Microempreendedor Individual, ou seja, um profissional autônomo que quando cadastrado passa a ter CNPJ, tendo facilidades com a abertura de conta bancária, empréstimos e emissão de notas fiscais, e passa a exercer também obrigações e direitos de uma pessoa jurídica (SEBRAE, 2022).

Para Gondim, Rosa e Pimenta (2018) o MEI, instituído pela Lei Complementar nº 128/2008, é uma forma inovadora e desburocrática de legalizar pequenos negócios e serviços e pagar impostos nominais e doações, reduzindo substancialmente custos e obrigações acessórias.

Ely, Uhr e Uhr (2019) aborda que:

“Em termos financeiros, a política do MEI reduz os custos tanto de tornar o negócio formal, mediante a obtenção de CNPJ, quanto em termos de contribuição previdenciária. Já em termos econômicos, o incentivo aos microempreendedores a se formalizarem em ambas as dimensões possibilita a expansão do empreendimento, o que, em tese, repercute na geração de empregos formais, no aumento da produtividade, no crescimento econômico, e também no aumento do potencial de arrecadação tributária. Cabe destacar que, além disso, a obtenção de CNPJ facilita a abertura de conta bancária, o que pode gerar aumento da demanda e da aprovação de empréstimos no setor financeiro. Já a contribuição possibilita o MEI a ter acesso a benefícios como auxílio maternidade, auxílio doença, aposentadoria, entre outros”.

Ainda segundo o SEBRAE, para ser MEI é necessário faturar até 81 mil reais por ano ou 6,750 reais por mês, não ter participação em outra empresa como sócio ou titular e ter no máximo um empregado contratado que receba o salário-mínimo ou o piso da categoria (SEBRAE, 2022).

Em 2018, observou-se um pequeno aumento na relação entre empreendedores por oportunidade e por necessidade, quando se compara com o ano anterior. Em 2017, para cada empreendedor inicial por necessidade, havia 1,5 empreendedores por oportunidade. Em 2018, essa relação chega a 1,6. De acordo

com a pesquisa do GEM, a proporção de empreendedores por oportunidade na composição da taxa de empreendedores iniciais vem aumentando gradativamente, chegando a 62% em 2018. Este percentual encontra-se distante ainda do patamar alcançado em 2012 e 2013 (71%), porém, apresenta-se com 5 pontos percentuais superior ao verificado em 2015, auge da crise econômica pela qual vem passando a sociedade brasileira.

3 METODOLOGIA

Para o alcance dos objetivos decidiu-se pela utilização de uma pesquisa exploratória visando proporcionar maior familiaridade com o assunto, com o problema, para um maior conhecimento e descritiva a fim de apresentar as características de determinada população.

Será feita uma pesquisa de campo com um levantamento de abordagem qualitativa. Para Gil (2009), pesquisa de campo é caracterizada pela interrogação direta das pessoas, buscando conhecer seus comportamentos. Examina-se informações de determinado grupo de pessoas sobre um assunto em questão, através de uma análise qualitativa, para obter os resultados conforme os dados coletados.

Este trabalho foi desenvolvido no município de São Pedro do Piauí, que fica localizado a 106 Km da capital Teresina, com população estimada de acordo com o IBGE (2021) de 14.356 habitantes. Grande parte da economia da cidade gira em torno de atividades relacionadas à agricultura e a pecuária local. O comércio ainda é pouco desenvolvido e uma parcela da população é vinculada à Prefeitura Municipal. Um dos pontos turístico da cidade é a Cachoeira dos Picos, localizada no povoado de Mangabeira, distante 20 km do centro da cidade. A festa do padroeiro da cidade, São Pedro, e a emancipação do município, atraem turistas que contribuem com o aumento da economia local neste período.

No mês de abril de 2022 foi realizado um levantamento junto à prefeitura municipal de São Pedro do Piauí e disponibilizada uma lista com um total de 110 microempreendedores individuais que compõem a amostra da pesquisa. A análise dos dados foi feita no mês de maio de 2022, mediante um questionário misto com perguntas de múltiplas escolhas e subjetivas, com base no GEM, buscando respostas aos objetivos gerais e específicos do artigo.

O questionário foi aplicado de duas formas: presencial e digital. Devido à dificuldade de localização e acesso a determinados empreendedores, optou-se pelo questionário digital feito na ferramenta *Google Forms*. Aos de fácil acesso, foi utilizado o questionário de forma presencial. É importante ressaltar que da amostra de 110 microempreendedores locais, somente 58 foi identificado pelo autor e apenas 33 se dispuseram a responder ao questionário, totalizando 30% da amostra real. A análise do questionário foi feita mediante ao uso da ferramenta *Google Forms*, gerando todos os dados e gráficos da pesquisa e interpretados posteriormente.

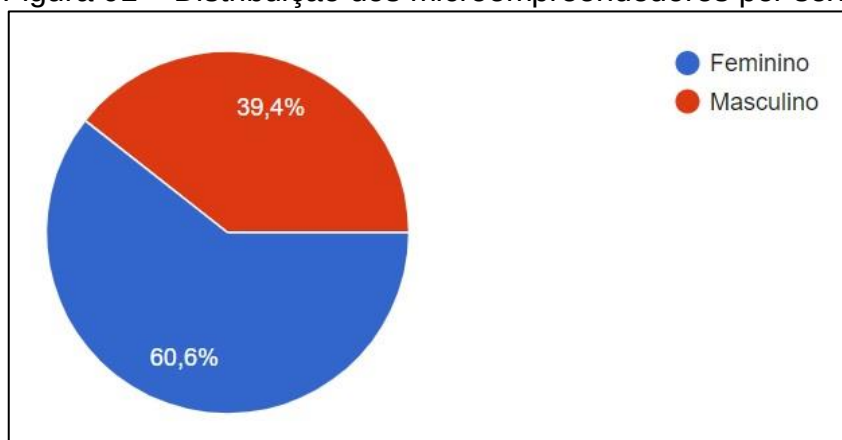
4 RESULTADOS OBTIDOS

A taxa de empreendedorismo Inicial (TEA) engloba os indivíduos envolvidos com uma atividade empreendedora em seus estágios iniciais em que os mesmos remuneraram os proprietários por um período inferior a 42 meses (três anos e meio). Já a taxa de empreendedorismo estabelecido (TEE), envolve aquelas pessoas que já têm o seu negócio consolidado e que pagaram alguma remuneração aos seus

proprietários por um período superior a 42 meses (GEM, 2019). Observou-se por meio da pesquisa que 66,7 % dos MEI's do município já se encontram estabelecidos no mercado e 33,3% compõem o empreendedorismo em sua fase inicial.

Após a análise e tabulação dos dados observou-se na amostragem que 60,6% dos microempreendedores individuais de São Pedro do Piauí são do sexo feminino e 39,4% são do sexo masculino, como representado na Figura 01. Esse número vai de contramão aos dados do GEM (2019), que identifica um percentual de 56,5% no número de empreendedores do sexo masculino e 43,5% do sexo feminino no que diz respeito aos empreendedores já estabelecidos. Entretanto, praticamente não há diferença no percentual entre homens e mulheres quando se trata de empreendedorismo inicial.

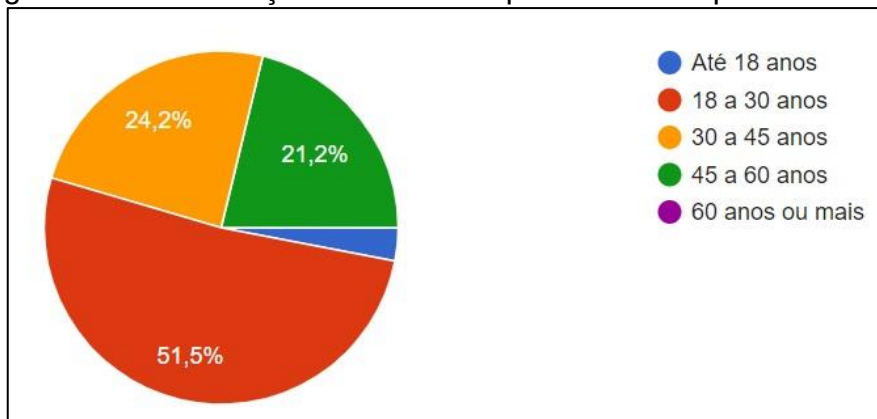
Figura 01 – Distribuição dos microempreendedores por sexo



Fonte: Elaborado pelo autor.

De acordo com o relatório do GEM (2019), a taxa total de empreendedorismo representa 38,7% da população brasileira, o segundo índice mais alto já registrado, ficando atrás apenas do ano de 2015 que registrou uma taxa de 39,3. Em números absolutos, estima-se que haja 53,5 milhões de brasileiros (18-64 anos) à frente de alguma atividade empreendedora. Mais da metade dos MEI's do município, cerca de 51,5%, estão entre a faixa etária de 18 a 30 anos. Logo depois está o público de 30 a 45 anos com 24,2%, os de 45 a 60 anos com 21,2%, os de até 18 anos representam 3,1% e na faixa etária de 60 anos ou mais nenhum dos entrevistados se enquadra, conforme mostra a Figura 02.

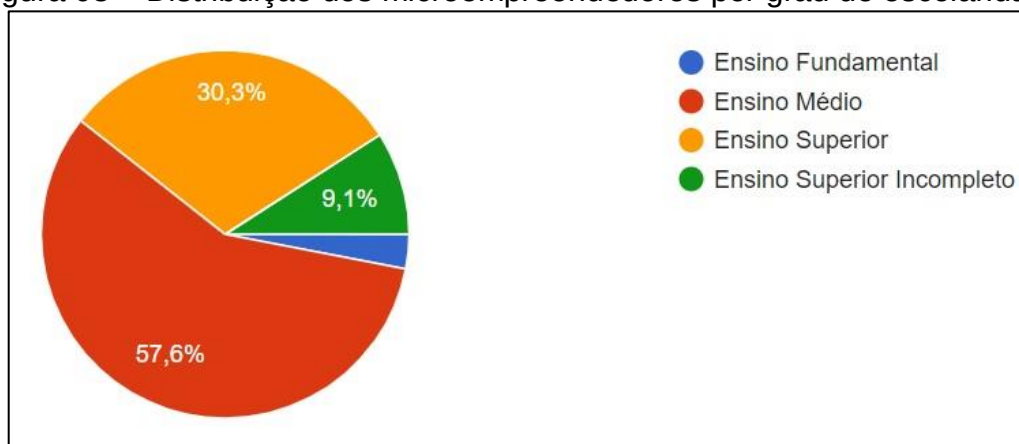
Figura 02 – Distribuição dos microempreendedores por faixa etária



Fonte: Elaborado pelo autor.

Com relação ao grau de escolaridade, a pesquisa aponta que 57,6% dos microempreendedores de São Pedro do Piauí cursaram até o ensino médio, seguido de 30,3% que representam os indivíduos que possuem ensino superior completo, logo depois estão os que não concluíram o ensino superior representando 9,1% e por fim estão aqueles que possuem apenas o ensino fundamental que representa 3% da amostra conforme a Figura 03.

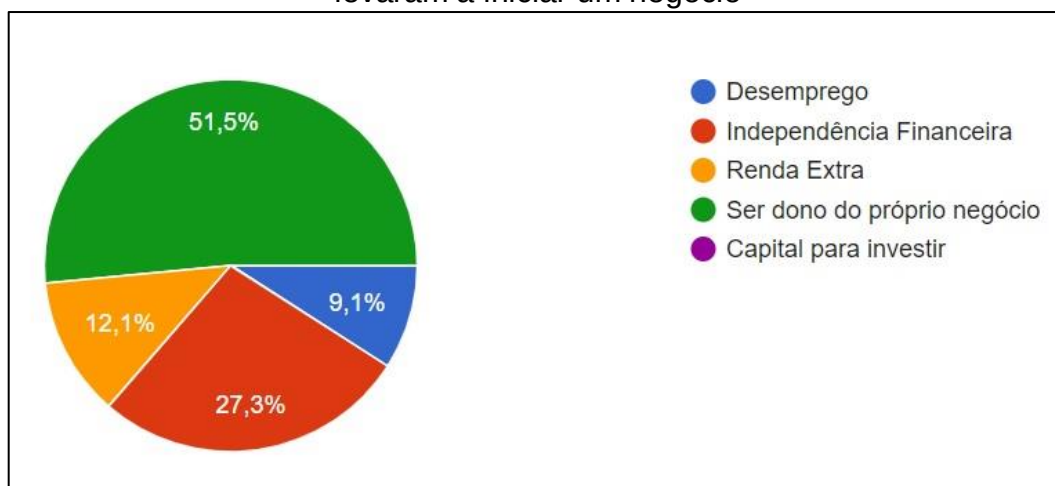
Figura 03 – Distribuição dos microempreendedores por grau de escolaridade



Fonte: Elaborado pelo autor.

Muitos são os fatores que levam um indivíduo a empreender. Pensando nisso, a pesquisa trouxe alguns pontos principais de motivações que levam os empreendedores a abrir um negócio como o desemprego, à busca por uma independência financeira, possuir uma renda extra, a vontade do indivíduo de ser dono do seu próprio negócio e o simples fato de ter um capital para investir. Os microempreendedores do município destacam como principal motivo a vontade dos mesmos de ser dono do próprio negócio, como pode ser observado na Figura 04. O sonho de ter um negócio próprio é manifestado por 33% da população (GEM, 2018).

Figura 04 – Distribuição dos microempreendedores de acordo com os fatores que levaram a iniciar um negócio

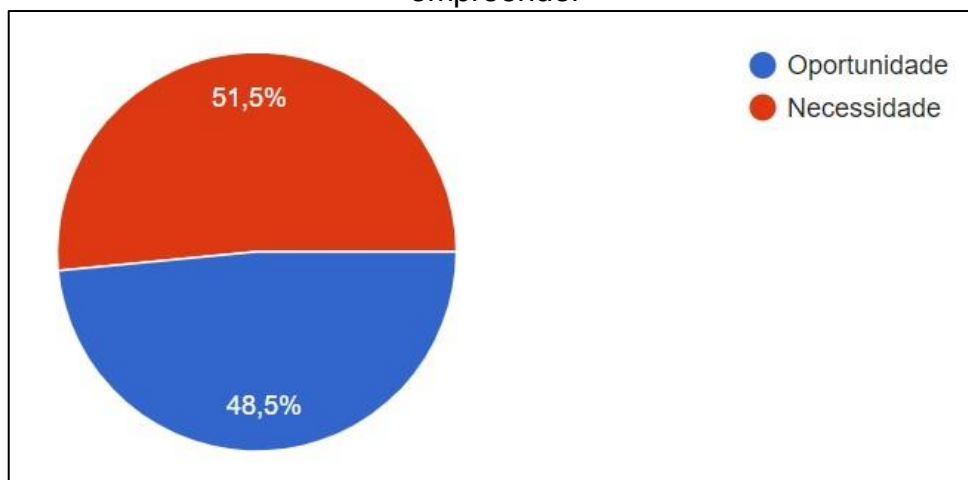


Fonte: Elaborado pelo autor.

Para o GEM (2018), os empreendedores podem ser classificados em duas categorias no que diz respeito à motivação para empreender: por oportunidade ou

por necessidade. Levando em consideração essa classificação o resultado da pesquisa aponta que 51,5% dos MEI's do município de São Pedro do Piauí iniciaram o seu negócio por alguma necessidade, já 48,5% deles identificou alguma oportunidade benéfica para empreender, conforme mostra a Figura 05. Fazendo uma comparação a nível nacional, esse resultado é adverso ao relatório executivo do GEM (2018), que aponta que 61,8% das pessoas empreenderam por oportunidade e 37,5% por necessidade.

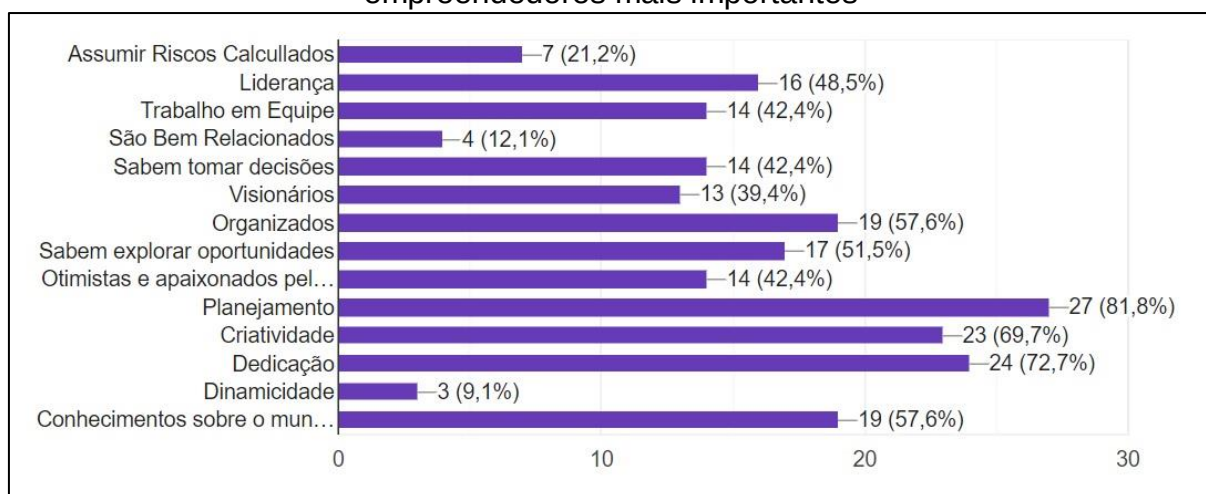
Figura 05 – Distribuição dos microempreendedores de acordo com a motivação para empreender



Fonte: Elaborado pelo autor.

No que diz respeito às características mais importantes aos empreendedores, para os entrevistados, as cinco características mais importantes são: planejamento, escolhida por 81,8%, dedicação, escolhida por 72,7%, criatividade, escolhida por 69,7%, ser organizado e possuir conhecimento sobre o mundo de negócios foram escolhidos por 57,6% da população entrevistada. As demais características estão classificadas a seguir, como mostra a Figura 06.

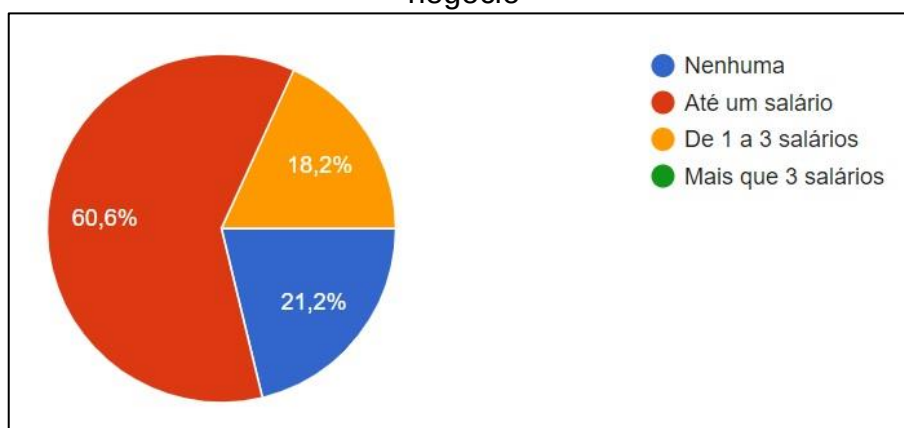
Figura 06 – Distribuição dos microempreendedores de acordo com as características empreendedores mais importantes



Fonte: Elaborado pelo autor.

Quando questionados sobre sua renda, 81,8% responderam que são advindas no seu negócio e apenas 18,2% possui alguma outra atividade que a fortalece. Cerca de 21,2% dos MEI's entrevistados não possuíam nenhum tipo de renda antes de abrir o seu negócio e 60,6% tinham como renda até um salário mínimo, como mostra a Figura 07.

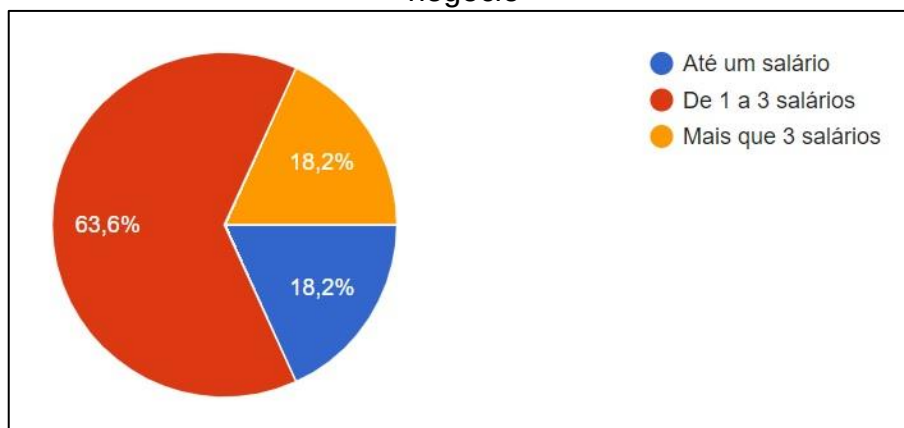
Figura 07 – Distribuição dos microempreendedores por renda antes de abrir o negócio



Fonte: Elaborado pelo autor.

Após a abertura do empreendimento percebe-se um aumento significativo na taxa de empreendedores que possuem renda de 1 a 3 salários mínimos, sendo 63,6%, de acordo com a Figura 08.

Figura 08 – Distribuição dos microempreendedores por renda depois de abrir o negócio



Fonte: Elaborado pelo autor.

90,9% da amostra, afirma que não possui nenhuma certificação em cursos de gestão ou finanças. O que acentua essa situação é o fato de que 83,9% dessas pessoas demonstram interesse em aprender sobre tais temas.

Dos entrevistados, 75,8% planejaram seus negócios e isso se justifica devido 66,7% da amostra já ter seu empreendimento estabelecido no mercado com mais de 3,5 anos. 97% já possui espaço físico, seja ele em sua própria residência ou um espaço a parte. Quando questionados sobre a ampliação de seu empreendimento, 90,9% responderam que desejam ampliá-lo. Além disso, 93,9% utilizam-se das

mídias sociais como uma forma de divulgação de seu empreendimento e apenas 6,1% não faz uso deste meio de comunicação.

Vários são os problemas enfrentados ao se iniciar um negócio. Capital para investir, mão de obra, fornecedores, incentivos, são alguns dos problemas enfrentados. A seguir, destacam-se as respostas de três pessoas, nominadas de P1, P2 e P3 respectivamente: “Primeiramente foi a compra de todas as máquinas necessárias para a produção por completa de cada peça, em seguida o capital para fabricação das peças” (P1); “Gerenciar uma empresa do zero, gestão financeira, adquirir competências e habilidades para melhor desenvolver seu trabalho” (P2); “Identificar o público alvo, Capital de Giro bem limitado, Clientes Inadimplentes, Inexperiência com vendas, insegurança e Identificar Fornecedores” (P3).

Mesmo com várias limitações ao abrir um negócio, todos acreditam e querem que seu empreendimento permaneça vivo no mercado. Assim buscou-se resposta dos entrevistados sobre o futuro de seu negócio, sendo questionados onde eles veem o seu negócio em 5 anos, coletando distintas respostas e destacando as seguintes, nominadas de P4, P5 E P6 respectivamente: “Se tornando de fato uma “empresa” organizada e próspera; sendo referência para clientes e principalmente para superar as minhas próprias limitações e inseguranças quanto empreendedora” (P4); “Expandido. Com filiais em outras cidades, uma matriz maior com mais opções de compra e serviços necessários e de utilidade pública” (P5); “Minha marca divulgada e conhecida, e em um espaço maior que o de hoje” (P6).

Portanto, nota-se que os Microempreendedores da cidade de São Pedro do Piauí buscam oferecer produtos ou serviços que sejam referência no mercado, que satisfaçam às necessidades e desejos dos clientes, indo de acordo com Chiavenato (2007) que diz que o empreendedor traz consigo produtos e serviços diferenciados do mercado, com alta qualidade, levando os consumidores a optarem pelos seus produtos. Com metas traçadas, o empreendedor busca os momentos certos para se assegurar e fazer a diferença no mercado de trabalho.

5 CONCLUSÃO

Os Microempreendedores Individuais de São Pedro do Piauí desempenham um papel importante na sociedade e na economia local, visto a importância da formalidade de seus negócios, buscando uma maior acessibilidade a compras de materiais e benefícios como auxílio maternidade, auxílio doença, aposentadoria, entre outros.

Por meio dos resultados obtidos da pesquisa, é possível observar que o objetivo geral da pesquisa foi atingido uma vez que entende-se que os motivos que levam as pessoas do município a empreender está dividido, quase que igualmente, pelo fato da necessidade que representa 51,5% da amostra e pela oportunidade que representa 48,5%.

Já relacionado aos objetivos específicos, identifica-se que o principal fator que leva os microempreendedores de São Pedro do Piauí a abrir um empreendimento é o seu desejo de ser dono do próprio negócio. Pouco mais da metade dos MEI's do município afirmam que empreenderam por necessidade e pouco menos da metade afirmam que encontraram uma oportunidade no mercado para empreender. Tais fatores tornam-se importantes para o entendimento do perfil das pessoas que estão à frente de um negócio, onde a maioria delas planejou seu negócio, possui espaço físico, mas em contrapartida não possuem qualquer tipo de curso relacionado à

gestão e finanças, podendo assim causar problemas futuros em seu empreendimento.

É possível traçar o perfil médio do Microempreendedor Individual de São Pedro do Piauí como:

- Mulher;
- Empreendeu por necessidade
- Idade entre 18 a 45 anos;
- Ensino médio;
- Possui seu negócio estabelecido no mercado, com espaço físico;
- Renda mensal de 1 a 3 salários mínimos
- Utilizam-se das mídias sociais como uma alternativa de divulgação de seu produto ou serviço.

Por meio disso, vale ressaltar que o empreendedorismo oferece desenvolvimento e geração de emprego para o município, onde os MEI's são a parcela maior de empreendedores locais, tornando-se importante e necessário a capacitação e conhecimento desses indivíduos para estar à frente de um negócio. A pesquisa tem sua relevância pela análise realizada podendo ser um referencial para pesquisas futuras sobre empreendedorismo, não somente no município, como também em outros.

REFERÊNCIAS

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista do empreendedorismo, inovação e tecnologia**. p.25-38. 2014.

BARRETO, L. P. (1998). **Educação para o empreendedorismo**. Educação Brasileira, 20(41), pp. 189-197.

CASTRO, F. (2015). **Empreendedorismo: Perspectiva de muitos e sucesso de poucos**. Recife. UNIBRATEC.

CHIAVENATO, I. (2012) **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. Dados Coletados no IBGE.

CHIAVENATO, I. (2007) **Empreendedorismo dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilização de novas empresas/** um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio. (2a ed.). São Paulo. Saraiva.

DE VASCONCELOS, Stefany Dayse Figueirôa; ZAIDAN, Zaidiana Lemos; LEITE, Emanuel. **O perfil empreendedor do contador no município de Custódia-Pe**. Revista Raites, v. 3, n. 5, 2017.

DEGEN, R. J. (2009). **O empreendedor: empreender como opção de carreira/** Ronaldo Jean Degen.- São Paulo: Pearson Prentice Hall.

DOLABELA, F. (2006). **O segredo de Luísa**. 30ª Ed.; São Paulo: Editora de Cultura.

DORNELAS, J. C. de A. (2008). **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. Ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2008 – 3º reimpressão.

DORNELAS, J. C. de A. (2014). **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 5. Ed. Rio de Janeiro: Empreende.

ELY, Regis Augusto; UHR, Daniel de Abreu Pereira; UHR, Júlia Gallego Ziero. O Impacto do Programa Microempreendedor Individual no Mercado de Trabalho Brasil. **Economic Analysis of Law Review**, v. 10, n. 2, p. 210-224, 2019.

GEM, Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. IBPQ: 2010.

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo** **2013**. Disponível em https://ibqp.org.br/gem/download/?_ga=2.35308645.556969834.1654219484-1881269322.1651950569 Acesso em: Outubro/2021.

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo** **2014**. Disponível em https://ibqp.org.br/gem/download/?_ga=2.35308645.556969834.1654219484-1881269322.1651950569 Acesso em: Outubro/2021.

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo** **2018**. Disponível em https://ibqp.org.br/gem/download/?_ga=2.35308645.556969834.1654219484-1881269322.1651950569 Acesso em: Maio/2022.

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo** **2019**. Disponível em https://ibqp.org.br/gem/download/?_ga=2.35308645.556969834.1654219484-1881269322.1651950569 Acesso em: Maio/2022.

GIL, A. C. (2009). **Métodos e Técnicas de pesquisa social**. 6ª ed. São Paulo: Atlas.

GONDIM, Mireille Dias; ROSA, Maycon Peter da; PIMENTA, Marcio Marvilla. Crise versus empreendedorismo: Microempreendedor Individual (MEI) como alternativa para o desemprego na região petrolífera da Bacia de Campos e regiões circunvizinhas. **Pensar Contábil**, v. 19, n. 70, 2018.

HISRICH, R., D., & PETERS, M., P., (2004). **Empreendedorismo**. (5a. ed.). Porto Alegre. McGraw- Hill.

SEBRAE, Serviço de Apoio às micro e pequenas empresas. **Tudo o que você precisa saber sobre o mei**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-o-mei,caa7d72060589710VqnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 18 de abr. 2022> Acesso em: Março/2022.

TOLENTINO, Amanda Ribeiro; FERREIRA, Marcelo Bazilio. **Microempreendedor individual: oportunidade ou necessidade?**.

APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS**QUESTIONÁRIO**

01 - SEXO?

☐ FEMININO

☐ MASCULINO

02 - IDADE?

☐ ATÉ 18 ANOS

☐ 18 A 30 ANOS

☐ 30 A 45 ANOS

☐ 45 A 60 ANOS

☐ 60 ANOS OU MAIS

03 - POSSUI FILHOS?

☐ NÃO POSSUI

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ MAIS QUE 3

04 - POSSUI DEPENDENTES?

☐ SIM

☐ NÃO

05 - GRAU DE ESCOLARIDADE?

☐ ENSINO FUNDAMENTAL

☐ ENSINO MÉDIO

☐ ENSINO SUPERIOR

☐ ENSINO SUPERIOR INCOMPLETO

☐ PÓS-GRADUAÇÃO

06 - TEMPO A FRENTE DO NEGÓCIO?

☐ ATÉ 1 ANO

☐ ATÉ 3,5 ANOS

☐ MAIS DE 3,5 ANOS e MENOS DE 5 ANOS

☐ MAIS DE 5 ANOS

07 - O QUE TE LEVOU A INICIAR UM NEGÓCIO?

☐ DESEMPREGO

☐ INDEPENDÊNCIA FINANCEIRA

☐ RENDA EXTRA

☐ SER DONO DO PRÓPRIO NEGÓCIO

☐ CAPITAL PARA INVESTIR

08 - VOCÊ CONSIDERA QUE EMPREENDEU POR OPORTUNIDADE OU POR NECESSIDADE?

☐ OPORTUNIDADE

☐ NECESSIDADE

09 – QUAIS CARACTERISTICAS SÃO MAIS IMPORTANTES AOS EMPREENDEDORES? (PODE MARCAR MAIS DE UMA OPÇÃO)

- ☐ ASSUMIR RISCOS CALCULADOS
- ☐ LIDERANÇA
- ☐ TRABALHO EM EQUIPE
- ☐ SÃO BEM RELACIONADOS
- ☐ SABEM TOMAR DECISÕES
- ☐ VISIONÁRIOS
- ☐ ORGANIZADOS
- ☐ SABEM EXPLORAR OPORTUNIDADES
- ☐ OTIMISTAS E APAIXONADOS PELO QUE FAZEM
- ☐ PLANEJAMENTO
- ☐ CRIATIVIDADE
- ☐ DEDICAÇÃO
- ☐ DINAMICIDADE
- ☐ CONHECIMENTOS SOBRE O MUNDO DE NEGÓCIOS

10 – JÁ TEVE OUTRO NEGÓCIO?

- ☐ SIM
- ☐ NÃO

11 - SUA RENDA PRINCIPAL É GERADA PELO SEU NEGÓCIO?

- ☐ SIM
- ☐ NÃO

12 - QUAL A SUA RENDA MENSAL ANTES DE ABRIR O EMPREENDIMENTO?

- ☐ NENHUMA
- ☐ ATÉ UM SALÁRIO
- ☐ DE 1 A 3 SALÁRIOS
- ☐ MAIS QUE 3 SALÁRIOS

13 - QUAL A SUA RENDA MENSAL DEPOIS DE ABRIR O EMPREENDIMENTO?

- ☐ ATÉ UM SALÁRIO
- ☐ DE 1 A 3 SALÁRIOS
- ☐ MAIS QUE 3 SALÁRIOS

14 - POSSUI CERTIFICAÇÃO EM CURSOS COMO GESTÃO E FINANÇAS?

- ☐ SIM
- ☐ NÃO

15 - SE NÃO, TEM INTERESSE EM FAZER?

- ☐ SIM
- ☐ NÃO

16 - SEU EMPREENDIMENTO FOI PLANEJADO?

- ☐ SIM
- ☐ NÃO

17 - SEU EMPREENDIMENTO POSSUI ESPAÇO FÍSICO?

- ☐ SIM

() NÃO

18 - SE SIM, PRETENDE AMPLIAR?

() SIM

() NÃO

19 - SE NÃO, PRETENDE TER UM ESPAÇO FÍSICO?

() SIM

() NÃO

20 - FAZ USO DAS MÍDIAS SOCIAIS NO SEU NEGÓCIO?

() SIM

() NÃO

21 - POSSUI QUANTOS COLABORADORES?

() NENHUM

() 1 OU 2

() 3 A 5

() MAIS QUE 5

22 - QUAIS AS LIMITAÇÕES ENFRENTADAS PARA ABRIR O NEGÓCIO?

23 - ONDE VÊ O SEU NEGÓCIO EM 5 ANOS?
