



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

JOANA AMÉLIA EUSTÓRGIO DO CHANTAL NUNES

**MICROCRÉDITO E MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL: UM ESTUDO NO
MUNICÍPIO DE REGENERAÇÃO – PI.**

ANGICAL DO PIAUÍ – PI

2023

JOANA AMÉLIA EUSTÓRGIO DO CHANTAL NUNES

MICROCRÉDITO E MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL: UM ESTUDO NO
MUNICÍPIO DE REGENERAÇÃO – PI.

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 do
Piauí.

Orientador: Prof. Me. Reginaldo Magalhães.

ANGICAL DO PIAUÍ

2023

MICROCRÉDITO E MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL: UM ESTUDO NO MUNICÍPIO DE REGENERAÇÃO – PI.

Joana Amélia Eustórgio do Chantal Nunes¹
Reginaldo Magalhães²

RESUMO

A escassez de desenvolvimento econômico tem gerado grande dificuldade de emprego para muitos trabalhadores no país, uma das principais causas é a limitação de crédito para pessoas que desejam empreender, mas não possuem garantias reais para financiar seu negócio. Em meio a exclusão social vivenciada, surge o microcrédito como um instrumento inovador.

O trabalho tem como problema compreender a visão do empreendedor em relação a disponibilidade das linhas de crédito ofertadas pelas Instituições Financeiras através do Programa do Microempreendedor Individual. Para tal finalidade, o objetivo geral é analisar as competências empreendedoras existentes e o comportamento dos MEIs tomadores de crédito na cidade de Regeneração – PI. Definido como um estudo de caso, o estudo adota uma combinação dos métodos de abordagem qualitativa e quantitativa. E justifica-se na medida em que o apoio ao microempreendedor contribui para a formalização de um negócio e para que um pequeno negócio se mantenha no mercado. Com esse estudo foi possível analisar que o empreendedorismo é uma atividade que demanda perseverança, pois além de ser altamente incerto, carece de apoio contínuo e apresenta várias surpresas ao longo do caminho.

Palavras-chave: microcrédito; microempreendedor individual; empreendedorismo; competências empreendedoras.

ABSTRACT

The scarcity of economic development has generated great job difficulties for many workers in the country, one of the main causes is the limitation of credit for people who want to undertake, but do not have real guarantees to finance their business. In the midst of the social exclusion experienced, microcredit emerges as an innovative instrument.

The problem of this work is to understand the vision of the entrepreneur in relation to the availability of credit lines offered by Financial Institutions through the Individual Microentrepreneur Program. For this purpose, the general objective is to analyze the existing entrepreneurial skills and the behavior of MEIs borrowing credit in the city of Regeneração - PI. Defined as a case study, the study adopts a combination of qualitative and quantitative approach methods. And it is justified insofar as support for micro-entrepreneurs contributes to the formalization of a business and for a small business to remain in the market. With this study, it was possible to analyze that entrepreneurship is an activity that demands perseverance, because in addition to being highly uncertain, it lacks continuous support and presents several surprises along the way.

Keywords: microcredit; individual microentrepreneur; entrepreneurship; entrepreneurial skills.

¹ Acadêmica em Bacharelado em Administração. Instituto Federal do Piauí – IFPI Campus Angical. E-mail: caang.20191baa17@aluno.ifpi.edu.br

² Mestre em Ciência da Propriedade Intelectual (UFS – 2020). Especialista em Logística e Distribuição (UFPI – 2016). Graduado em Administração de Empresas (UFPI – 2014) e coordenador do curso de Bacharelado em Administração do IFPI – Campus Angical. E-mail: reginaldo.magalhaes@ifpi.edu.br

1 INTRODUÇÃO

A escassez de desenvolvimento econômico em diversas regiões brasileiras tem gerado uma grande dificuldade de emprego e oportunidades para muitos trabalhadores no país. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2021), mais de 33 milhões de brasileiros encontram-se sem oportunidades efetivas no mercado de trabalho, o que corresponde a três em cada dez trabalhadores. Uma das principais causas desse cenário é a limitação de crédito para pessoas que desejam empreender, mas não possuem garantias reais para financiar seu negócio. Nesse contexto, o microcrédito surge como uma alternativa para aqueles que tem o espírito empreendedor e desejam mudar de vida, mas não possuem recursos financeiros necessários para abrir um pequeno empreendimento, confirma afirmado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) em 2017.

Em meio a exclusão social vivenciada pela insigne acumulação capitalista financeira, o microcrédito surge como um instrumento inovador e uma alternativa em termos de medida de geração de renda e trabalho. De acordo com Barone et al. (2002), o microcrédito é uma forma de empréstimo de baixo valor, destinado a micro e pequenos empreendedores para fins de produção, como capital de giro e investimento fixo. Esse tipo de concessão é ofertado por meio de uma metodologia específica e serve como uma ferramenta para incentivar a criação de novos empreendimentos. O microcrédito ajuda na manutenção e desenvolvimento dos negócios de pequena escala, em termos de geração de renda e várias possibilidades de crescimento econômico.

Por sua vez, os micro empreendimentos são uma importante fonte de fornecimento de emprego, abrindo o mercado de trabalho a jovens e adultos sem experiência e qualificação profissional exigidas atualmente. A informalidade fica evidente em diversos setores do país, mais precisamente nas atividades de pequenos negócios, como sacoleiras, feirantes, costureiras, eletricitas, entre outros. Deste modo, muitos preferem permanecer na informalidade motivados pela falta de crédito, excesso de impostos e pelas altas taxas de juros (DORNELAS, 2008).

Conforme o Portal do Empreendedor (2020), a Lei do Microempreendedor Individual (MEI), nº 128/2008, foi estabelecida com o objetivo de proporcionar benefícios aos empreendedores que optam por legalizar suas atividades como uma empresa, cumprindo com todas as obrigações legais e pagando uma baixa carga tributária mensal. Essa forma de legalização permite que os empreendedores tenham acesso a uma série de vantagens, incluindo benefícios previdenciários do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), tais como aposentadoria, salário maternidade, entre outros.

Cabe ressaltar que os Microempreendedores Individuais (MEIs) são classificados no regime tributário do Simples Nacional e, por isso, são isentos de alguns impostos, como Imposto de Renda de Pessoas Jurídicas (IRPJ), Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL), Programa de Integração Social (PIS), Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS) e Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), além de contribuições para entidades privadas de serviço social e formação profissional, dispensas de sindicatos e outras organizações de serviço social autônomo, e outras contribuições instituídas pelo Governo Federal.

Sabendo do propósito do microcrédito, este trabalho tem como problema de pesquisa compreender a visão do empreendedor em relação a disponibilidade das linhas de crédito ofertadas pelas Instituições Financeiras (IFs) através do Programa do Microempreendedor Individual (MEI). Para tal finalidade e um melhor entendimento sobre esse questionamento, o objetivo geral desta pesquisa é analisar as competências empreendedoras existentes e o comportamento dos MEIs tomadores de crédito na cidade de Regeneração do Piauí. Como objetivo específico: caracterizar os microempreendedores da cidade, e relacionar a presença das

competências empreendedoras com o comportamento adotado pelos MEIs tomadores de empréstimos.

Este trabalho justifica-se na medida em que o apoio ao microempreendedor contribui para a formalização de um negócio, geração de empregos e, além disto, para que um pequeno negócio se mantenha no mercado e cresça de forma sustentável, para isso, é preciso apoio financeiro e na maioria das vezes torna-se primordial a existência de consultorias para que seja analisada uma linha de crédito que se enquadre nas necessidades atuais do negócio e de acordo com o destino desejado. Esses serviços podem ser, por vezes, prestados pelos bancos e desta forma foi averiguado se este suporte é ofertado na cidade.

Quanto a metodologia da pesquisa, foi realizado um estudo de caso com os MEIs da cidade de Regeneração, baseada nas abordagens qualitativas e quantitativas que foram direcionadas a empreendedores que utilizaram do microcrédito como ferramenta de fomento econômico da organização.

O artigo encontra-se dividido em seções, a primeira sendo a introdução que traz a descrição dos principais pontos a serem abordados através do tema. Em seguida vem a fundamentação teórica, que traz embasamento em torno do microcrédito, dos microempreendedores e da Sala do Empreendedor. A terceira sessão trata da metodologia e dos conceitos e ferramentas que vigoram na pesquisa. E por fim, é realizada a apresentação dos resultados obtidos e a conclusão onde será apresentado e discutido tudo aquilo que foi alcançado durante a pesquisa.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A presente seção se destina a apresentação da revisão bibliográfica estudada, dando embasamento aos temas abordados neste estudo. Subdividindo-se em tópicos que tratam do empreendedorismo e a tipologia de empreendedores, expondo os diversos conceitos sobre a temática, informações sobre as empresas do tipo Microempreendedor Individual (MEI), tais como suas definições, características e obrigações sobre as empresas e, por fim, será apresentado o microcrédito no Brasil.

2.1 EMPREENDEDORISMO

No livro “O empreendedor: empreender como opção de carreira”, o escritor Ronald Jean Degen entendeu que o termo “empreendedor” é derivado do vocábulo inglês *entrepreneur*, que por sua vez, é originário da expressão em francês antigo *entreprendre*. Essa palavra era composta pelos termos “entre” – proveniente do latim *inter*, que denota reciprocidade – e *preneur* – provedinete do latim *prehendere*, que significa adquirente.

Hisrich, Peters e Shepherd (2009) afirmam que a origem do empreendedorismo remonta ao século XIII, período em que Marco Polo realizava atividades comerciais no Extremo Oriente. Seguindo o mesmo pensamento, Brito, Pereira e Linard (2013), relatam que Marco Polo traçou uma rota comercial para o Oriente visando vender seus produtos e fixar contratos, o que, para eles, caracterizava o espírito empreendedor do navegador italiano. Dessa forma, os autores consideram Marco Polo como um exemplo pioneiro de empreendedorismo na história.

Visto que no século XVII, o termo “empreendedor” era utilizado para designar aqueles indivíduos que firmavam contratos fixos com o governo para prestar serviços ou fornecer produtos, assumindo, dessa forma, os riscos de lucro ou prejuízo sofridos em seu negócio (HISRIC, PETERS, SHEPHER; 2009. BRITO, PEREIRA E LINARD; 2013). Schumpeter (1934), define o empreendedor como aquele que destrói a ordem econômica existente, pela introdução de novos produtos e serviços, e pela criação de novas formas de organização ou exploração de novos recursos materiais. Por sua vez, Julien (1986) afirma que o empreendedor

é aquele que não perde a capacidade de imaginar e tem uma grande confiança em si mesmo, sendo um entusiasta que ama resolver problemas e combater a rotina.

No ponto de vista de Nuevo (2001), o empreendedor é quem tem a capacidade de visualizar oportunidades onde outras pessoas não as veem e assim transformá-las em negócios. Ao obter uma visão de oportunidade de negócio, o ser humano não necessariamente cria uma ideia, mas sim identifica uma necessidade do consumidor e rapidamente oferece um bem ou serviço para atendê-la, aproveitando a oportunidade de negócio que se apresenta.

Deste modo, o empreendedor é aquele que observa uma oportunidade, estabelece um plano, e enfrenta os riscos para atingir seus objetivos. A partir desse espírito de negócio, o empreendedor deve “estar permanentemente de olho nos acontecimentos, traçando diretrizes e corrigindo rumos para chegar onde pretende” (DOLABELA E FILION; 2000, p.17)

2.2 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

A origem do empreendedorismo no Brasil remonta ao século XVII, com a chegada dos portugueses. Nessa época, o Barão de Mauá realizou vários empreendimentos que o tornaram um dos primeiros e mais reconhecidos grandes empreendedores do país (BRITO, PEREIRA E LINARD; 2013).

Segundo Rocha (2016), o empreendedorismo no Brasil teve um impulso significativo na década de 90 com a abertura da economia, o que permitiu a criação de entidades que se dedicaram ao estudo e fomento do empreendedorismo. A criação de entidades de apoio impulsionou o empreendedorismo e começou a transformar a realidade dos empreendedores no país, como mencionado por Brito, Pereira e Linard (20013, p.19):

Em 1972 foi criado o CEBRAE que, em outubro de 1990, passou a ser chamado de Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Na década de 80, surgiu a primeira iniciativa quanto ao ensino de empreendedorismo, através da Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo.

Esse movimento ocorreu em meio ao processo de privatização das grandes estatais e abertura do mercado interno para a concorrência externa. Antes desse período, o termo empreendedor era praticamente desconhecido e a criação de pequenas empresas era limitada pelo ambiente político e econômico pouco favorável no país. Ademais, para um empreendedor se tornar bem sucedido no Brasil não é fácil, os que conseguem são aqueles que se destacam pela criatividade, inovação e persistência (DORNELAS, 2008). Frequentemente os empresários brasileiros são tratados como empreendedores natos, no entanto (DOLABELA, 2008) afirma que o empreendedorismo é uma característica indispensável que um empresário deve possuir.

Por fim, Baggio (2015) afirma que empreendedorismo é um domínio específico e não apenas uma disciplina acadêmica, no sentido que se atribui habitualmente a Sociologia, Psicologia, ou a qualquer outro campo do conhecimento já consolidado. Após diversos estudos sobre o tema empreendedorismo, Dornelas (2005) identificou e classificou os vários tipos de empreendedores.

Quadro 1 – Tipos de Empreendedores

Empreendedor nato (mitológico)	Começam a trabalhar jovens e adquirem habilidade de negociação e de vendas. São visionários, otimistas, estão a frente do seu tempo e comprometem-se para realizar todos os seus sonhos.
--------------------------------	--

Empreendedor que aprende (inesperado)	Se deparou com uma oportunidade de negócio. Sendo o caso clássico de quando a oportunidade bate à porta. O momento de tomada de decisão ocorre quando alguém o convida para fazer parte de uma sociedade ou ainda quando ele próprio percebe que pode criar um negócio próprio.
Empreendedor serial (cria novos negócios)	É uma pessoa dinâmica, prefere os desafios e a adrenalina envolvidos na criação de algo novo a assumir a postura de executivo que lidera equipes. Ao concluir um desafio, precisa de outros para se manter motivado.
Empreendedor corporativo	São geralmente executivos competentes, com capacidade gerencial e conhecimento de ferramentas administrativas. Trabalham de olho nos resultados para crescer no mundo corporativo.
Empreendedor social	Envolve-se em causas humanitárias com comportamento singular. De todos os tipos de empreendedores é o único que não busca desenvolver um patrimônio financeiro.
Empreendedor por necessidade	Cria o próprio negócio porque não tem alternativa. Geralmente não tem acesso ao mercado de trabalho ou foi demitido. Geralmente se envolve em negócios informais.
Empreendedor herdeiro (sucessão familiar)	Recebe a missão de levar à frente o legado de sua família. Aprende a arte de empreender com exemplos da família, e geralmente segue seus passos.
Normal (planejado)	Busca minimizar os riscos, que se preocupa com os próximos passos do negócio, que tem uma visão de futuro clara e que trabalha em função de metas

Fonte: Dornelas (2005, p. 11 a 16), elaborado por Oliveira (2019).

2.3 COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS

As competências empreendedoras são um conjunto de habilidades, conhecimentos e atitudes necessárias para iniciar, desenvolver e administrar um empreendimento de forma bem sucedida. Essas competências são fundamentais para identificar oportunidades, assumir riscos, tomar decisões estratégicas e enfrentar os desafios inerentes ao mundo dos negócios.

Schmitz (2012, p.73), adota o conceito, baseado em Rosa e Lapoli (2010), de que competência empreendedora é o “comportamento, habilidade e atitude de um indivíduo que, diante de situações críticas de trabalho, motiva-se à busca de soluções que irão resultar em benefício institucional e satisfação da necessidade de realização do indivíduo”

Segundo Fillion (1999), as competências empreendedoras podem ser agrupadas em três categorias principais: competências técnicas que se referem ao domínio de conhecimentos específicos relacionados a conhecimento de mercado, produtos e serviços; competências gerenciais que se relacionam à capacidade de planejar, organizar, liderar e controlar; e competências pessoais que são características individuais do empreendedor que iniciaram para o seu sucesso, tais como a capacidade de inovação, perseverança, criatividade, adaptabilidade, autoconfiança e habilidades de comunicação eficazes. Além disso, o autor destaca que as competências empreendedoras vão além do conhecimento teórico, pois envolvem a capacidade de aplicar esse conhecimento na área prática. Portanto, a experiência e o aprendizado desempenham um papel fundamental no desenvolvimento e aprimoramento dessas competências.

Por sua vez, Drucker (2007) ressalta a importância do conhecimento e da inteligência prática no contexto das competências empreendedoras, enfatizando que os empreendedores precisam adquirir conhecimentos em áreas chave, como marketing, inovação e gestão de

peessoas, a fim de tomar decisões eficazes e assim identificar oportunidades de negócios. O autor argumenta que a inteligência prática é um fator determinante para o sucesso dos empreendedores.

Portanto, as competências empreendedoras envolvem não apenas o conhecimento técnico teórico, mas também a capacidade de aplicação do conhecimento de forma prática e eficaz. Além do que, é importante ressaltar que as competências empreendedoras não são estáticas, mas sim desenvolvíveis. Os empreendedores podem adquirir e aprimorar suas habilidades por meio de experiências práticas, capacitação, mentorias e aprendizado contínuo.

2.4 MICROCRÉDITO

O microcrédito hoje muito popularizado por fornecer investimentos a microempreendedores formais e informais, teve sua origem por meio do indiano Muhammad Yunus, que por conta própria passou a emprestar seu dinheiro para moradores de Bangladesh que se deparavam com algumas barreiras em conseguir investimentos para a abertura ou manutenção do seu negócio (ALVES; SOARES, 2006). Além disso, seu objetivo era auxiliar os trabalhadores autônomos individuais a se livrarem das altas taxas de juros cobradas pelos agiotas. Contudo, de acordo com Mourão (2019), Yunus acreditava que acabar com a atuação dos agiotas era uma tarefa fácil, bastaria estabelecer o crédito bancário institucional como uma alternativa, e colocar os dois sistemas em concorrência seguindo a lógica da economia de mercado.

O microcrédito é uma área de atuação que se insere no campo das microfinanças, e de acordo com Armendáriz e Morduch (2010), as microfinanças abrangem a prestação de qualquer serviço ou produto financeiro, enquanto o microcrédito é um subconjunto específico que oferece créditos para pequenos investidores de baixa renda que são excluídos dos mercados tradicionais. Além disso, é considerado um instrumento de promoção a inclusão social dos empreendedores de pequeno porte, proporcionando condições para o desenvolvimento de suas atividades empresariais. Assim, fica evidente que a consequência de qualquer ação integrada pelo microcrédito é a diminuição da pobreza (OLIVEIRA, 2019).

Nesse contexto, destaca-se a origem da microfinança no Brasil, que teve seu início em Recife e na Bahia, em 1973, com a União Nordestina de Assistência e Pequenas Organizações (UNO) executando um programa de microcrédito orientado. A UNO se tornou referência para diversos programas de microcrédito na América Latina. No entanto, apesar de seu sucesso, a UNO encerrou suas atividades em 1991 devido à incapacidade de gerar resultados financeiros sustentáveis em longo prazo (CARVALHO et al., 2019). Atualmente, o microcrédito executa um papel significativo ao fornecer empréstimos de pequeno valor a microempresas e empreendedores informais que não possuem acesso ao sistema financeiro tradicional, permitindo o uso desse recurso para aplicação de capital e giro ou investimento fixo (BARONE, 2002).

O termo microcrédito possui diferentes definições, para Gulli (1998) ele consiste em serviços financeiros de pequena escala, isto é, que envolvam valores baixos, enquanto Schreiner (2001) não define o termo pelo valor emprestado, e sim como o crédito concedido a pessoas de baixa renda. Nas palavras do Banco Nacional do Desenvolvimento (BNDES), o “microcrédito é a concessão de empréstimos de pequeno valor a microempreendedores formais e informais, normalmente sem acesso ao sistema financeiro tradicional”. Já Koite (2018), resalta que o microcrédito tem como objetivo atender a demanda existente na classe média/baixa que antes não era atendida, o autor destaca que o programa oferece taxas de juros menores e menos burocráticas do que os bancos tradicionais, possibilitando desta maneira que um maior número de pessoas tenha acesso ao crédito. Portanto, essa definição de público-alvo enfatiza a intenção de fornecer oportunidades financeiras a pessoas de renda menor.

Fundamentando a perspectiva anterior, o BNDES ressalta que o público-alvo do microcrédito são pessoas físicas e jurídicas empreendedoras de atividades produtivas de pequeno porte. Sendo assim, aqueles que possuem uma renda ou receita bruta igual ou superior ao teto estabelecido pela lei nº 13.636/2018 e suas alterações subsequentes, que atualmente correspondem a uma receita bruta de R\$ 200.000,00 por ano. Essa definição estabelece critérios específicos para determinar quais empreendedores podem se beneficiar do programa de microcrédito.

O entendimento da necessidade da busca de crédito pelo empreendedor deve ser analisado como motivo principal para o crescimento da sua empresa. Penrose (2006) sugere o crédito como estímulo para o crescimento dos pequenos negócios, já que tendem a ter baixo giro de caixa. Para Stiglitz e Weiss (1981) e Penrose (2006), o acesso ao crédito é uma das mais importantes ferramentas no desenvolvimento das pequenas empresas. Cole, Wolken e Woodburn (1996) relatam que a maioria dos pequenos negócios buscam financiamento por meio de empréstimos bancários, ou seja, em instituições formalizadas que disponibilizam o crédito.

Visto que, para Costa (2018), as altas taxas de juros cobradas pelos bancos brasileiros também são outro obstáculo à concessão de crédito e uma das razões do ostracismo do setor bancário do país, portanto, um dos desafios para manter o crescimento econômico do Brasil, com base no mercado interno, envolvendo a ampliação da oferta de crédito em quantidades e padrões internacionais. No entanto, é claro que as taxas de juros e spreads altos são os principais obstáculos para garantir esses níveis.

Tendo em vista a prudência das instituições financeiras na concessão de crédito aos pequenos empreendedores, surge uma fragmentação no sistema financeiro, o que acaba resultando na busca por financiamento no mercado informal. O microcrédito objetiva exatamente evitar que os excluídos do sistema financeiro tradicional fossem obter empréstimos nesse mercado paralelo (Costa, 2018).

Sobre o acesso ao microcrédito no Brasil, pode-se destacar que, segundo o Sebrae (2019) o país conta com diversas instituições financeiras que oferecem microfinanciamento para empreendedores. No entanto, ainda há um desafio em tornar o acesso a esses recursos mais democráticos, especialmente para as pessoas de menor renda e condição social. Nesse sentido, Reis (2004; p.163) destaca a importância de um ambiente favorável ao empreendedorismo, incluindo a facilidade de obtenção de crédito, afirmando que “as micro e pequenas empresas são as mais relacionadas à restrição do crédito e, portanto, as mais prejudicadas pela falta de financiamento”. Portanto, o acesso ao financiamento de pequeno porte pode ser visto como uma ferramenta importante para a promoção do desenvolvimento humano e para a inclusão financeira de pessoas de baixa renda. No entanto, é preciso prosseguir em políticas e iniciativas que tornem esse acesso mais democrático e efetivo, a fim de contribuir para o crescimento econômico e social do país.

2.5 SALA DO EMPREENDEDOR

A Sala do Empreendedor é uma iniciativa do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, que visa fornecer suporte e orientações aos empreendedores, especialmente aqueles de pequeno porte, na gestão de seus negócios. Segundo Gonçalves e Lopes (2016), a Sala do Empreendedor é um espaço físico ou virtual criado pelo líder público em parceria com entidades privadas, com o objetivo de simplificar e agilizar os processos burocráticos relacionados à abertura, regularização e desenvolvimento de empresas.

De acordo com Silva et al. (2019), a Sala do Empreendedor vem desempenhando um papel fundamental na promoção do empreendedorismo e no fomento ao desenvolvimento econômico local, oferecendo diversos serviços e informações aos empreendedores, como

orientação sobre formalização de negócios, obtenção de alvarás e licenças, acesso a linhas de crédito e capacitações em gestão empresarial.

Conforme Sousa e Gomes (2018) destacam, além de uma iniciativa que contribui para a redução da informalidade, a Sala do Empreendedor também é favorável para a criação de um ambiente propício ao empreendedorismo. Além disso, busca atuar como um ponto de encontro entre os empreendedores e os diversos órgãos e entidades envolvidas na promoção e no apoio aos negócios locais.

Portanto, como mencionado por alguns autores, a Sala do Empreendedor desempenha um papel essencial na simplificação dos processos burocráticos, no suporte ao empreendedorismo e no fortalecimento do desenvolvimento econômico local. Oferecendo serviços e orientações que visam facilitar a vida dos empreendedores, estimulando a formalização de negócios e promovendo um ambiente que incentiva o crescimento e sucesso das empresas.

2.6 SALA DO EMPREENDEDOR DE REGENERAÇÃO – PI

O município de Regeneração é localizado na microrregião do Médio Parnaíba Piauiense, e com base nos dados do IBGE (2021) conta com uma população estimada em cerca de 17.979 habitantes. No que diz respeito a sua economia, a cidade possui características que refletem a realidade socioeconômica da região. A principal atividade do município está relacionada à agricultura. Além disso, o setor de comércio e serviços também desempenha um papel significativo na economia local, confiante crescente para o desenvolvimento econômico e geração de empregos.

A Sala do Empreendedor foi instituída em Regeneração no ano de 2012, com o propósito de oferecer suporte e orientação aos empreendedores locais. Ao longo desse período, mais de 397 indivíduos foram formalizados como microempreendedores individuais por meio dessa iniciativa. A coordenação das atividades é atribuída a uma Agente de Desenvolvimento, encarregada da regularização de registros, como a formalização do CNPJ MEI, sua baixa e quaisquer alterações necessárias. No momento, a equipe conta também com o auxílio de uma pessoa em experiência.

Além dessas atribuições, a Sala do Empreendedor tem a responsabilidade de facilitar a realização de capacitações, workshops e mentorias em colaboração com o Sebrae e outras entidades especializadas. Em conjunto foram estabelecidas parcerias com instituições que fornecem orientação e assistência na elaboração de Plano de Negócio, bem como na Declaração de Imposto de Renda. Ademais, na cidade são empreendidas ações que visam estimular o empreendedorismo, contando com o apoio da Prefeitura Municipal e da Secretaria de Administração. Um exemplo dessas ações é a Feira do Empreendedor, que tem como objetivo promover a exposição dos produtos oferecidos pelos MEIs da cidade.

Apesar do apoio prestado, cabe ressaltar que houve um número considerável de encerramentos de CNPJs no ano de 2022, totalizando cerca de 25 casos, o que é considerado elevado para a realidade local. Com o intuito de construir uma identidade sustentável, a Sala do Empreendedor busca atender às demandas e necessidades específicas de cada empreendedor, como foco em oferecer serviços de qualidade. A cidade tem alcançado resultados positivos em relação ao empreendedorismo, participando de eventos e recebendo reconhecimento por sua atuação, como os prêmios de Prefeito Empreendedor e Cidade Empreendedora.

A motivação da Gestão Municipal para adesão da Sala do Empreendedor está relacionada ao fomento do empreendedorismo e à geração de oportunidades para os pequenos empreendedores, visando promover o desenvolvimento local e proporcionar melhores condições para a comunidade de Regeneração.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Em suma, o presente trabalho possui como tema “Microcrédito e Microempreendedor Individual: um estudo no município de Regeneração – PI.” E se trata de um estudo de caso, que segundo Nascimento (2016, p.5) “é composto de três fases: uma exploratória; outra de sistematização de coleta de dados e delimitação de estudo, e a última de análise e interpretação das descobertas”. Ainda nessa perspectiva, o trabalho adotou uma combinação dos métodos de abordagem qualitativa e quantitativa, uma vez que se utilizou de um levantamento bibliográfico para trazer informações e fundamentação na discussão, trazendo veracidade ao tema através de um levantamento quantitativo aplicado aos microempreendedores individuais que utilizaram do microcrédito como ferramenta de fomentação da sua organização.

Parafraseando Marconi e Lakatos (2010), sobre a abordagem qualitativa, eles relatam que tal abordagem a pesquisa tem o intuito de explorar e interpretar temas de forma mais detalhada, descrevendo fenômenos e fornecendo interpretações mais específicas sobre o mesmo. A pesquisa bibliográfica utilizou de sites especializados em compartilhamento de documentos científicos como o Google Acadêmico, Spell e Scielo, para fazer o levantamento de 10 artigos que foram utilizados na fundamentação desse trabalho.

Como complemento de pesquisa, temos a adoção da abordagem quantitativa, realizada por meio de um questionário semiestruturado aplicado a 25 microempreendedores individuais, através da plataforma Google Forms, que tem como foco caracterizar os MEIs da cidade de Regeneração. Nas palavras de Knechtel (2014) “[...] são usados materiais e métodos precisos”. Consoante ao pensamento do autor citado anteriormente, Tatiane Et al (2021) define que a “pesquisa quantitativa traz uma abordagem de quantificação, ou seja, faz referência com dimensões de intensidade. Nesse sentido, o interesse do pesquisador de dimensionar, analisar[...] uma variável na coleta de dados para um registro quantitativo”. Os levantamentos realizados através da pesquisa serão apresentados nos resultados em forma de gráficos e tabelas, a fim de uma compreensão do leitor.

Portanto, trata-se de documento de composição do conhecimento científico, e que se torna necessário seguir métodos preestabelecidos para o controle de qualidade e preservação do saber na construção e avanço da ciência. De acordo com Prodanov e Freitas (2013), método científico é o conjunto de processos ou operações mentais que devemos empregar na investigação, é a linha de raciocínio adotada no processo da pesquisa.

No que diz respeito a metodologia utilizada para conduzir a pesquisa, o artigo se caracteriza como pesquisa de natureza básica, que de acordo com Nascimento (2016) é o tipo de pesquisa que se preocupa com o avanço da ciência, e faz isso através da geração de um novo conhecimento. E, para isso, também se caracteriza como uma pesquisa de objetivo exploratório, nas palavras de Gil (1991) pesquisas exploratórias objetivam facilitar familiaridade do pesquisador com o problema objeto da pesquisa, para permitir a construção de hipóteses ou tornar a questão mais clara.

Tais classificações abordadas anteriormente serão aplicadas a partir de uma revisão bibliográfica, feita no intuito de buscar analisar informações já publicadas sobre o tema na forma de livros, monografias, teses e artigos científicos. Que parafraseando Gil (1991), a descreve como uma pesquisa exploratória, e que visa fornecer bases teóricas ao autor, propiciando ao mesmo em exercício reflexivo e crítica em torno do tema. Sendo uma pesquisa bibliográfica, a mesma ainda se qualifica como uma análise de natureza qualitativa, que para Nascimento (2016) é baseado na interpretação dos fenômenos observados e no significado que carregam, ou no significado atribuído pelo pesquisados, dada a realidade em que os fenômenos estão inseridos.

Posteriormente, as investigações de campo foram realizadas com o apoio da Sala do Empreendedor de Regeneração, proporcionando um entendimento sobre a prestação de

serviços oferecida pela Agente de Desenvolvimento responsável pelo local, e qual contribuição principal para os MEIs da cidade.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

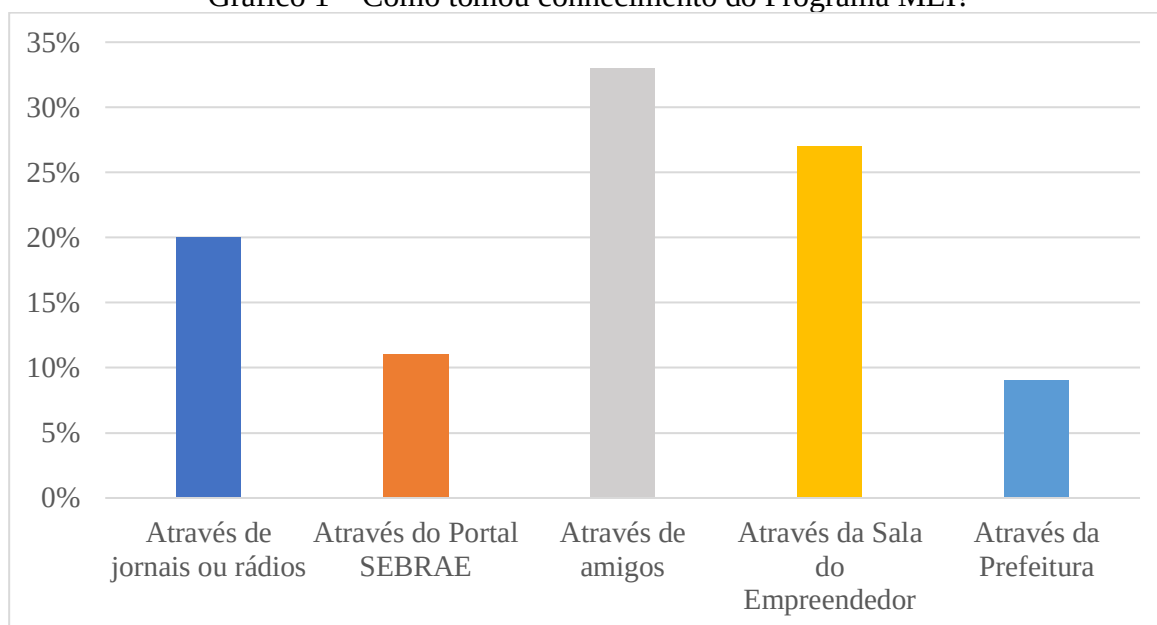
Esta seção abrange os resultados provenientes da pesquisa quantitativa, onde serão apresentados os resultados obtidos, a partir da aplicação de um questionário semiestruturado aplicado a 25 microempreendedores individuais da cidade de Regeneração. Além disso, será realizada uma análise acerca das informações obtidas.

4.1 PROBLEMA

Compreender a visão dos sujeitos que fazem parte de determinado fenômeno é de crucial importância para a evolução e o aprimoramento do mesmo. Na temática desenvolvida em questão, surge o MEI, que de acordo com França et al. (2020) merece consideração ao papel social, a diminuição do desemprego e da pobreza, fatores que contribuem sensivelmente para a estabilidade social e para o crescimento da economia. Mas até que ponto o MEI entende seu negócio e as linhas de crédito às quais se sujeita.

O gráfico abaixo representa a forma de divulgação que está sendo utilizada para expor o Programa MEI na cidade de Regeneração. Cabendo destacar que a opção que tem maior alcance é a de indicação por amigos, seguida da Sala do Empreendedor e finalizando com o jornal, que na região tem como principal veículo a rádio local.

Gráfico 1 – Como tomou conhecimento do Programa MEI?



Fonte: Elaborado pelo autor

Ainda representando a percepção dos MEIs, o quadro abaixo traz algumas informações levantadas através da pesquisa de campo, que evidencia a composição da visão do microempreendedor em relação ao microcrédito e as Instituições Financeiras, desde um primeiro contato dos motivos que os fizeram buscar o microcrédito, até a experiência mercadológica.

Quadro 2 – Compreender a visão do empreendedor em relação a disponibilidade das linhas de crédito ofertadas pelas Instituições Financeiras através do Programa MEI.

Ter acesso a produtos e serviços bancários, como crédito, foi motivo para abrir o MEI?	36% afirma que não foi um dos motivos e não tem acesso.	64% afirma que foi um dos motivos e que tem acesso.		
A abertura da empresa através do MEI facilita o acesso ao microcrédito?	20% afirma que não há facilidade.	80% afirma que há facilidades		
Conheço quais linhas de crédito estão disponíveis para a minha empresa por ser MEI?	48% não possui conhecimento.	52% afirma possuir conhecimento.		
Qual tipo de linha de crédito sua empresa necessita mais?	44% necessita para investimento fixo.	56% necessita para capital de giro.		
Acho que o microcrédito ajuda na diminuição da pobreza?	20% acredita que não ajuda.	40% acredita que ajuda.	20% acredita que talvez possa ajudar.	
Acho que o microcrédito é um instrumento que os “mais necessitados” podem ter acesso?	16% acredita que não	48% acredita que sim.	36% acredita que talvez.	
Como você classifica sua experiência ao buscar atendimento na Sala do Empreendedor?	52% não procurou atendimento para sua formalização.	24% está totalmente satisfeito com o atendimento.	16% está moderadamente satisfeito com o atendimento.	8% não está nada satisfeito com o atendimento.

Fonte: Elaborado pelo autor

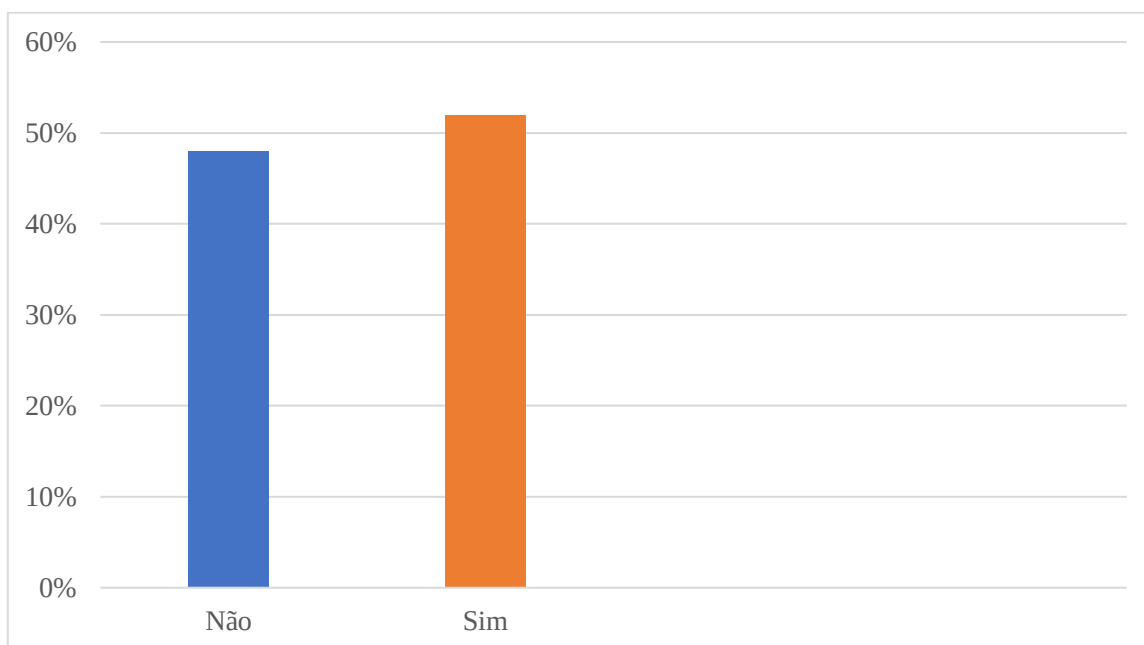
Baseado nas informações descritas na tabela acima, podemos afirmar que existe uma boa relação entre os MEIs e o uso do microcrédito, uma vez que a maioria dos microempreendedores individuais apresentaram um conhecimento razoável de que essa parceria agrega ao negócio e a sociedade local.

4.2 OBJETIVO GERAL

De acordo com Schmitz (2012), o comportamento empreendedor pode ser descrito por suas ações executadas em diferentes contextos, que envolvem suas atitudes e habilidades. Sendo

assim, quanto a análise das competências empreendedoras percebida no comportamento dos MEIS que utilizam o microcrédito, podemos destacar que por sua maioria, os microempreendedores apresentam um bom conhecimento do seu negócio, e possuem plano de negócio para o planejamento da sua empresa. O que traz divergência segundo o pensamento de Ramalho (2015) quando expõe que a maioria dos Microempreendedores Individuais não possuem conhecimento de negócio e não sabem planejar o futuro das suas empresas. Como pode ser visto no gráfico abaixo, 52% dos MEIs da cidade de Regeneração possui um plano de negócio.

Gráfico 2 – Possui plano de negócio para planejar o futuro da empresa?



Fonte: Elaborado pelo autor.

Ainda consolidando o conhecimento dos microempreendedores individuais, temos o questionamento sobre o apoio técnico do SEBRAE e da Sala do Empreendedor como motivo de abertura do negócio próprio. Foi constatado que 64% dos entrevistados não contavam com esse apoio, contra 36% que destacavam esse apoio como motivo de abertura do empreendimento.

Quando questionados sobre a baixa taxaação de impostos como INSS, ISS e ICMS sobre o MEI, questão essa que objetivou analisar o conhecimento técnico dos empreendedores sobre o negócio, é possível destacar que 68% dos entrevistados tinha pleno conhecimento sobre a taxaação, contra 32% que não sabiam de tal fato.

4.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Contrariando o pensamento apresentado por HISRICH; PETERS; SHEPHERD (2009), que afirmam que os homens tem uma maior facilidade em iniciar um empreendimento em comparação com as mulheres, devido à falta de experiência prática feminina. O estudo realizado mostra que entre microempreendedores que responderam ao questionário, 36% corresponde ao gênero masculino e 64% ao gênero feminino. Esse número mostra que há uma presença significativa de mulheres no setor de empreendedorismo da cidade, contrariando a ideia de que elas enfrentam mais dificuldades por falta de experiência prática.

Ainda conforme os dados obtidos, é visto que o intervalo de idade é estabelecido entre 18 a 58 anos, sendo a maioria da amostra direcionada a idade de 22 a 33 anos com uma taxa de 32% do total. Já em relação ao nível de escolaridade, há uma predominância de empreendedores com ensino superior completo, representando 40% da totalidade, seguido por 32% com ensino superior incompleto, 24% com ensino médio completo e apenas 4% com ensino médio completo.

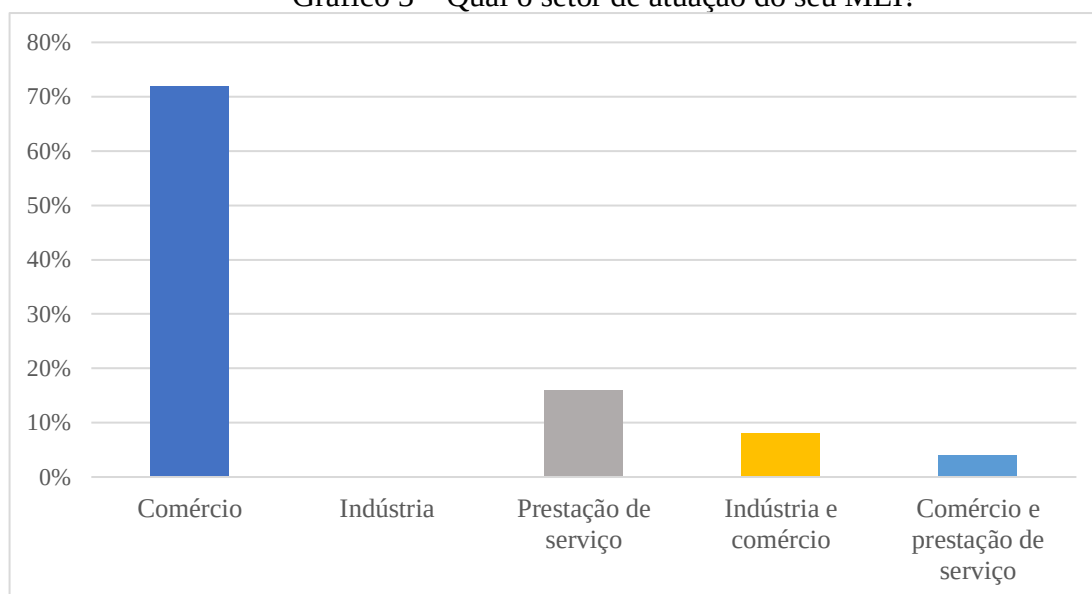
Quanto ao local de atuação do empreendimento, a maioria dos empreendedores, 36% trabalha em casa, seguida por 36% que possuem estabelecimento próprio e 24% que possuem estabelecimento alugado. É importante destacar que apenas 4% dos participantes atuam como ambulantes. Essas informações são relevantes para entender o perfil dos empreendedores da cidade de Regeneração, e podem ser utilizadas para a elaboração de políticas públicas e ações direcionadas para esse público específico.

De acordo com as porcentagens facilitadas, os empreendedores da cidade enfrentam diversas dificuldades em relação à gestão de seus negócios. A maioria, 36% afirma não ter dificuldades, mas os demais relatam desafios diversos. Essas informações mostram a importância de apoio governamental para o fortalecimento dos pequenos negócios locais e para a criação de um ambiente mais favorável ao empreendedorismo.

Desse modo, entre as principais dificuldades apontadas, encontram-se a busca por fornecedores 24%, a conquista de clientes 16%, e a obtenção de crédito bancário 16%. A falta de apoio da Sala do Empreendedor no fornecimento de cursos e consultorias também é uma questão relevante para 12% dos MEIS. Outras dificuldades mencionadas incluem a localização inviável do ponto comercial 8%, o entendimento e cumprimento das obrigações legais do MEI 12% e a organização do crescimento da empresa 4%.

No que se diz respeito sobre o setor de atuação do seu ramo de atividade, conforme apresentado no gráfico a seguir, a maioria expressiva, correspondendo a 70% está envolvida no setor de comércio, seguida por 16% prestação de serviços, 8% indústria e comércio e 4% comércio e prestação de serviço. Sendo formalizados como MEIs

Gráfico 3 – Qual o setor de atuação do seu MEI?



Fonte: Elaborado pelo autor.

A análise desses dados evidencia a importância de políticas públicas e de apoio governamental para o fortalecimento dos pequenos negócios locais e para a criação de um ambiente mais favorável ao empreendedorismo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através desta pesquisa, foi possível conhecer uma classe trabalhadora e ativa. O empreendedorismo é uma atividade que demanda perseverança, pois além de ser altamente incerto, carece de apoio contínuo e apresenta várias surpresas ao longo do caminho. Ter acesso a oportunidades de microcrédito para investimento fixo e capital de giro, bem como elaborar um plano de negócios, sempre foi e continua sendo de extrema importância para qualquer empreendimento.

No que se refere ao problema destacado, percepção dos MEIs condizente as linhas de microcrédito e a Sala do Empreendedor na cidade de Regeneração, é possível declarar que eles enxergaram tal oportunidade como uma chance de desenvolvimento econômico e técnico administrativo de sua ideia de negócio ou organização, embora os mesmos também tenham se apresentado aptos a ação mercadológica sem tal intermediação.

Como relatado no parágrafo anterior, os MEIs da cidade apresentam algumas competências empreendedoras, e ao longo da pesquisa foi possível identificar principalmente as que estão relacionadas as competências pessoais com a inovação, resiliência, criatividade e adaptabilidade, tão comum e necessária na existência de qualquer empreendedor.

Quanto aos objetivos específicos, no que tange a caracterização dos MEIs de Regeneração, podemos afirmar que em sua maneira são mulheres jovens entre 18 a 25 anos de idade, e com nível de formação correspondente em sua maioria ao ensino médio. Deste modo, quanto a relação das competências empreendedoras presente nos empreendedores tomadores de crédito, podemos destacar como principal a adaptabilidade. Uma vez que os entrevistados afirmaram partir em busca de apoio técnico e financeiro com o intuito de aprimorar-se as exigências mercadológicas locais.

Diante disso, este estudo busca contribuir para o conhecimento sobre esse tema, que possui grande encorajamento no contexto social, ao agregar informações e servir de base para outros estudos e para novos empreendedores que almejam formalizar seus negócios e desejam compreender melhor o cenário mercadológico. Podendo assim, propiciar o desenvolvimento de suas atividades com maior segurança e assertividade em relação ao novo empreendimento na cidade de Regeneração.

Como sugestões para pesquisas futuras, é recomendável realizar um estudo mais aprofundado para identificar os motivos pelos quais os MEIs optam por se formalizar, mas não buscam orientação sobre seus direitos, deveres e os créditos disponíveis para Microempreendedores Individuais. A partir dessas informações, podem ser implementadas políticas que incentivam mais empreendedores a se formalizar e trabalhar com as devidas garantias oferecidas pelo mercado financeiro. Podendo assim, investigar os fatores que influenciam na falta de busca por informações e orientações, bem como analisar as barreiras que dificultam o acesso a esses recursos. Além disso, pode-se explorar a evolução das políticas existentes e propor estratégias para melhoras a divulgação e conscientização dos benefícios e direitos dos empreendedores formalizados.

Essas iniciativas podem contribuir para um ambiente empreendedor mais seguro e fortalecido, onde empreendedores podem aproveitar as oportunidades oferecidas pelo mercado, tendo acesso a crédito e garantias financeiras cumpridas para o crescimento de seus negócios.

REFERÊNCIAS

- ALVES, S. D. S.; SOARES, M. M. **Microfinanças: democratização do crédito no Brasil, a atuação do Banco Central**. 3. ed. rev. e ampliada. Brasília: BCB, 2006. 15 p.
- ARMENDÁRIZ, B., & MORDUCH, J. **A economia das microfinanças**. Imprensa do MIT. 2010
- BAGGIO, A. F. & BAGGIO, D. K. **Empreendedorismo: Conceitos e definições**. *Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia*. Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan. 2015. ISSN 2359-3539
- BARONE, F. M. et al. **Introdução ao microcrédito**. Brasília: Conselho da Comunidade Solidária, v. 65, 2002.
- BNDES. **Banco Nacional do Desenvolvimento Sustentável**. Disponível em <<https://wps.portal/site/home/financiamento/produto/bndes-microcredito-empendedor>> acesso em 15 de out. de 2022
- BRITO, A.M.; PEREIRA, P.S.; E LINARD, A. P. **Empreendedorismo**. Edificacoes e empreendedorismo, 2013.
- CARVALHO R.D., Nunes R.V., Sales G.A.W. **A evolução do microcrédito e o empreendedorismo no brasil durante o período de instabilidade econômica de 2014 a 2016**.
- COLE, R.; WOLKEN, J.; WOODBURN, L. **Bank and nonbank competition for small business credit: Evidence from the 1987 and 1993**. National Survey of Small Business Finances. Federal Reserve Bulletin 82: 983–995, 1996
- COSTA, M. V. A. **Microempreendedorismo e Microcrédito: Utilização da CONJOINT ANALYSIS para a análise da percepção de consumo de microcrédito pelos microempreendedores**. 2018
- DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: empreender como opção de carreira**. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Thomson Learning, 2009. p. 12.
- DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. Rio de. Janeiro: Elsevier, 2005.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e empreendedorismo: Prática e princípios**. HarperBusiness, 2007.
- FILLION, L. J. **Competências do empreendedor e desempenho empresarial: um estudo com empresários de micro e pequenas empresas**. Revista de Administração, 1999.

FRANÇA, A. A. de; ESTEVAM, S. M.; FILHO, B. de F. B. **Microempreendedorismo e desenvolvimento local em Portalegre/RN: panorama atual**. Cadernos de Ciências Sociais Aplicadas, v. 17, n. 29, p. p. 88-105, 2020.

GN Mourão - **Revista da FAE**, 2019 - revistafae.fae.edu

GONÇALVES, C., & LOPES, M. (2016). **Sala do Empreendedor: Oportunidades e Desafios na Gestão de um Projeto Público**. Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, 10(2), 7-20.

GULLI, H.. **Microfinance and Poverty: Questioning the Conventional Wisdom**..Washington, D.C.: International American Development Bank, 1998.

HISRIC, R.D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 7. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Institucional** disponível em: www.ibge.gov.br. Acesso em 15 de abr. de 2023.

JULIEN, P. A. **Empreendedorismo regional e a economia do conhecimento**. Tradução de Maria Freire Ferreira Salvador. São Paulo: Saraiva, 2010.

KNECHTEL, M. R. **Metodologia da pesquisa em educação: uma abordagem teórico-prática dialogada**. Curitiba, PR: Intersaberes, 2014.

KOITE, Lucas. **Proposta de Criação de uma empresa de microcrédito para mulheres microempreendedoras**

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

NASCIMENTO. F. Paulo do. **Classificação da Pesquisa. Natureza, método ou abordagem metodológica, objetivos e procedimentos**. In: NASCIMENTO, F. Paulo do; SOUSA, Flavio L. L. Metodologia da Pesquisa Científica: teoria e prática – como elaborar TCC”. Brasília: Thesaurus, 2016. p. 1 – 11.

OLIVEIRA B.B. - **Políticas de microcrédito produtivo e a busca pelo desenvolvimento nacional - Direito e Desenvolvimento**, 2019

PENROSE, E. **Teoria do crescimento da firma**. Campinas: Unicamp, 2006

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **O Microempreendedor Individual - MEI**. Disponível em:< <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>> . Acesso em 12 de out. de 2022.

PRONADOV, C. C.; FREITAS, E. C. d. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas de pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2013

RAMALHO, D. S. **Linhas de crédito específicas para o microempreendedor individual como forma de incentivo para ampliação dos negócios**. 2015

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável**. Editora Senac. São Paulo 2004.

RIBEIRO, C. T.; CARVALHO, C. E. **Do microcrédito às microfinanças: desempenho financeiro, dependência de subsídios e fontes de financiamento : uma contribuição à análise da experiência brasileira.** 1a ed. SÃO PAULO: FAPESP, 2006.

ROCHA, P. O. **Empreendedorismo No Brasil Análise Do Empreendedorismo Brasileiro Através Do Relatório GEM.** Unicamp. 2016

SCHUMPETER, J. A. **The theory of Economic Development.** Published in Harvard University Press-Transaction Inc., Cambridge: Mass, 1983.

SCHMITZ, A.L.F. **Competências empreendedoras: os desafios dos gestores de instituições de ensino superior como agentes de mudança.** Centro Tecnológico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2012.

SCHREINER, MARK. **“Informal Finance and the Design of Microfinance”, Development in Practice**, Vol. 11, No. 5, pp. 637-640. 2001

SEBRAE – **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas**, 2017. Disponível em :< <https://www.sebrae.com.br>>. Acesso em: 20 de out. de 2022.

SILVA, RP, SILVA, LC, & FREIRE, RF (2019). **A importância da sala do empreendedor para o fomento do empreendedorismo nos municípios do Estado do Paraná.** Revista de Ciências da Administração, 21(52), 48-60.

SILVEIRA, Daniel. **Falta de oportunidades no mercado atinge 3 em cada 10 brasileiros na força de trabalho, aponta IBGE.** Matérias do G1, Rio de Janeiro, 30 de jun de 2021, Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/06/30/falta-de-oportunidades-no-mercado-atinge-3-em-cada-10-brasileiros-na-forca-de-trabalho-aponta-ibge.ghtml>>. Acesso em: 20 de out. de 2022.

SOUSA, LF, & GOMES, AC (2018). **Sala do Empreendedor como ferramenta de apoio ao microempreendedor individual: Estudo de caso no município de Mossoró/RN.** Desenvolvimento em Questão, 16(45), 63-84.

STIGLITZ, J.; WEISS, A. **Credit rationing in markets with imperfect information.** The American Economic Review, v. 71, n. 3, p. 393–410, 1981

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ. Projeto Pedagógico do Curso de Bacharelado em Administração à Distância. Teresina: UFPI, 2018.

WILLINGHAM, Daniel T. **Por que os alunos não gostam da escola?: respostas da ciência cognitiva para tornar a sala de aula atrativa e efetiva.** Porto Alegre: Artmed, 2011.

YUNUS. **Negócios sociais m yunus** disponível em <<https://www.yunusnegociossociais.com/muhammad-yunus>> acesso em 07 de set. de 2022.

APÊNDICE

QUESTIONÁRIO

Olá!

Sou Joana Amélia, discente do curso de Bacharelado em Administração pelo Instituto Federal do Piauí (IFPI) – Campus Angical do Piauí. Atualmente, estou trabalhando na minha pesquisa de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), que tem como objetivo analisar as competências empreendedoras existentes, e o comportamento dos MEIs tomadores de crédito na cidade de Regeneração – PI. Todos os dados são confidenciais, e serão utilizados somente para fins acadêmicos e estatísticos.

Grata por sua colaboração!

Nome

R:

Qual seu gênero?

☐ Masculino.

☐ Feminino.

Qual sua idade?

☐ De 18 a 25 anos.

☐ De 26 a 33 anos.

☐ De 34 a 41 anos.

☐ De 42 a 49 anos.

☐ De 50 a 57 anos.

☐ Mais de 58 anos.

Há quanto tempo formalizou o MEI?

☐ Menos de 1 ano.

☐ De 1 a 2 anos.

☐ De 2 a 3 anos.

☐ De 3 a 4 anos.

☐ Mais de 5 anos.

Qual seu nível de escolaridade?

☐ Fundamental incompleto.

☐ Fundamental completo.

☐ Médio incompleto.

☐ Médio completo.

☐ Superior incompleto.

☐ Superior completo.

Qual sua renda mensal?

☐ Até 1 salário mínimo.

☐ De 1 a 2 salários.

☐ De 2 a 3 salários.

☐ De 3 a 4 salários.

☐ Mais de 5 salários.

Qual o setor de atuação do seu MEI?

- ☐ Comércio.
- ☐ Indústria.
- ☐ Prestação de serviços.
- ☐ Indústria e comércio.
- ☐ Comércio e prestação de serviços.

Em qual bairro seu empreendimento está localizado?

R:

Qual o local de atuação do seu empreendimento?

- ☐ Casa.
- ☐ Rua/ambulante.
- ☐ Estabelecimento próprio.
- ☐ Estabelecimento alugado.

Como tomou conhecimento do Programa MEI?

- ☐ Através de jornais/rádios
- ☐ Através do portal SEBRAE.
- ☐ Através de amigos.
- ☐ Através da Sala do Empreendedor.
- ☐ Através da Prefeitura.

Como você classifica sua experiência ao buscar atendimento na Sala do Empreendedor?

- ☐ Nada satisfeito.
- ☐ Moderadamente satisfeito.
- ☐ Totalmente satisfeito.
- ☐ Não procurei atendimento na Sala do Empreendedor para minha formalização

Em relação a pergunta anterior, caso a experiência durante a busca por formalização tenha sido negativa, você poderá complementar sua resposta aqui.

R:

Quais dificuldades você possui hoje em relação a sua empresa? (Poderá ser selecionada mais de uma alternativa).

- ☐ Administrar o empreendimento.
- ☐ Conquistar clientes.
- ☐ Obter crédito bancário.
- ☐ Encontrar fornecedores confiáveis.
- ☐ Falta de apoio da Sala do empreendedor no fornecimento de cursos e consultorias.
- ☐ Localização do ponto comercial.
- ☐ Entender e cumprir as obrigações legais.
- ☐ Organizar o crescimento da empresa.
- ☐ Não possuo dificuldades.

Em relação a pergunta anterior, caso desejar, complemente sua resposta aqui.

R:

Ter acesso a produtos e serviços bancários, como crédito, foi um motivo para eu abrir o MEI?

☐ Sim.

☐ Não.

A abertura da empresa através do MEI facilita o acesso ao microcrédito?

☐ Sim.

☐ Não.

Conheço quais linhas de crédito estão disponíveis para minha empresa por ser MEI?

☐ Sim.

☐ Não.

Onde você teve conhecimento sobre as linhas de crédito disponíveis para o MEI?

R:

Qual tipo de linha de crédito sua empresa necessita mais?

☐ Crédito para investimento fixo.

☐ Crédito para capital de giro.

Possui conta Pessoa Jurídica em algum banco?

☐ Sim.

☐ Não.

Possuo um plano de negócios para planejar o futuro da minha empresa?

☐ Sim.

☐ Não.

O acesso e apoio técnico do SEBRAE e da Sala do Empreendedor foi um motivo para eu abrir o MEI?

☐ Sim.

☐ Não.

O baixo custo mensal com tributos (INSS, ISS, ou ICMS) foi um motivo para eu abrir o MEI?

☐ Sim.

☐ Não.

Os direitos e benefícios previdenciários como aposentadoria, auxílio doença, pensão por morte foi um motivo para eu abrir o MEI?

☐ Sim.

☐ Não.

Acho que o microcrédito ajuda na diminuição da pobreza?

☐ Sim.

☐ Não.

☐ Talvez.

Acho que o microcrédito é um instrumento que os "mais necessitados" podem ter acesso?

☐ Sim.

☐ Não.

() Talvez.