



Centro Universitário Vale do Salgado

**CENTRO UNIVERSITÁRIO VALE DO SALGADO (UNIVS)  
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

**MARLLON ELL ALVES DE SOUSA**

**OS DESAFIOS DA GESTÃO MULTIFACETADA PARA O  
MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI) NA CIDADE DE ICÓ**

**ICÓ-CEARÁ  
2023**

MARLLON ELL ALVES DE SOUSA

**OS DESAFIOS DA GESTÃO MULTIFACETADA PARA O  
MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI) NA CIDADE DE ICÓ**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração do Centro Universitário Vale do Salgado (UNIVS), como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Administração, sob a orientação do Professor Me. Emmanuel Teixeira Pinheiro.

ICÓ-CEARÁ  
2023

MARLLON ELL ALVES DE SOUSA

**OS DESAFIOS DA GESTÃO MULTIFACETADA PARA O  
MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI) NA CIDADE DE ICÓ**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração do Centro Universitário Vale do Salgado (UNIVS), como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Administração, sob a orientação do Professor Me. Emmanuel Teixeira Pinheiro.

**Aprovado(a):** \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_.

**BANCA EXAMINADORA:**

---

Prof Me. Emmanuel Teixeira Pinheiro  
**Orientador**

---

Prof Esp. Antonio Raniel Silva Lima  
**Avaliador 1**

---

Prof Me. José Evandro da Silva Figuerêdo  
**Avaliador 2**

## **AGRADECIMENTOS**

À Deus, por me dar forças e coragem na minha jornada.

À todos os meus familiares por me apoiarem e estarem sempre presentes nos momentos mais difíceis.

À minha querida namorada por ser peça fundamental no incentivo e motivação para conclusão deste trabalho.

À meu professor orientador, Me. Emmanuel Teixeira Pinheiro pelo apoio e dedicação a construção deste trabalho.

## OS DESAFIOS DA GESTÃO MULTIFACETADA PARA O MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI) NA CIDADE DE ICÓ

Marllon Ell Alves de Sousa<sup>1</sup>  
Emmanuel Teixeira Pinheiro<sup>2</sup>

### RESUMO

O Microempreendedor Individual (MEI) é uma figura bastante presente na economia brasileira, configurando-se como importante gerador de emprego e de renda para milhões de pessoas. No entanto, a gestão multifacetada do MEI pode apresentar alguns desafios, que devem ser cuidadosamente considerados para garantir o sucesso do negócio. Esta pesquisa identifica os desafios da gestão multifacetada para o microempreendedor individual na cidade de Icó, região centro-sul do estado do Ceará. Nesse sentido, caracteriza o perfil social, econômico e formativo do microempreendedor; evidencia a percepção do microempreendedor individual sobre a realidade do mercado atual; e elenca as estratégias de gestão desenvolvidas pelo microempreendedor individual. É uma pesquisa de natureza básica, com objetivos exploratório e descritivo, de abordagem quantitativa. Trata-se de um levantamento junto a microempreendedores individuais locais, realizado através da aplicação de um formulário no formato virtual, com perguntas objetivas. Métodos de análise estatísticas são empregados para as análises e, conseqüentemente, a interpretação e discussão dos resultados. Além do levantamento, o estudo também é composto por uma revisão bibliográfica, evidenciando aspectos atuais sobre o tema, discutidos na literatura técnica e científica. A conclusão do estudo mostra claramente que o microempreendedor local, acredita que a gestão multifacetada pode muitas vezes ser a responsável pelo não sucesso do negócio, porém não há conhecimento e muitas vezes interesse de como se pode mudar a realidade.

**Palavras-chave:** Microempreendedor. Gestão. Estratégias. Negócios.

### THE CHALLENGES OF MULTI-FACED MANAGEMENT FOR INDIVIDUAL MICRO ENTREPRENEURS (MEI) IN THE CITY OF ICÓ

### ABSTRACT

The Individual Microentrepreneur (MEI) is a very present figure in the Brazilian economy, representing an important generator of employment and income for millions of people. However, the multifaceted management of the MEI can present some challenges, which must be carefully considered to ensure the success of the business. This research identifies the challenges of multifaceted management for individual microentrepreneurs in the city of Icó, central-south region of the state of Ceará. In this sense, it characterizes the social, economic and training profile of the microentrepreneur; highlights the individual micro entrepreneur's perception of the reality of the current market; and lists the management strategies developed by individual microentrepreneurs. It is basic research, with exploratory and descriptive objectives, with a quantitative approach. This is a survey of local individual micro-entrepreneurs, carried out through the application of a form in virtual format, with

---

<sup>1</sup> Graduando em Administração pelo Centro Universitário Vale do Salgado (UNIVS). Email: [marllonell9@gmail.com](mailto:marllonell9@gmail.com)

<sup>2</sup> Professor Mestre em Desenvolvimento Regional Sustentável pela Universidade Federal do Cariri (UFCA). Email: [emmanuel@gmail.com](mailto:emmanuel@gmail.com)

objective questions. Statistical analysis methods are used for the analyzes and, consequently, the interpretation and discussion of the results. In addition to the survey, the study also consists of a bibliographical review, highlighting current aspects on the topic, discussed in the technical and scientific literature. The conclusion of the study clearly shows that the local micro-entrepreneur believes that multifaceted management can often be responsible for the business's failure, but there is no knowledge and often no interest in how to change reality.

**Keywords:** Microentrepreneur. Management. Strategies. Business.

## 1 INTRODUÇÃO

O Microempreendedor Individual (MEI) é uma figura bastante presente na economia brasileira, representando uma importante fonte de renda e emprego para milhões de pessoas. No entanto, a gestão multifacetada do MEI pode apresentar alguns desafios, que devem ser cuidadosamente considerados para garantir o sucesso do negócio. Abaixo, listamos alguns dos principais desafios enfrentados pelos microempreendedores individuais, com referências bibliográficas que ajudam a entender o tema com mais profundidade.

Com a facilidade de abertura de novos negócios e a diversidade de segmentos atendidos pelo MEI, a concorrência pode se tornar bastante acirrada. Segundo dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2018), existem mais de 8 milhões de microempreendedores individuais registrados no país. Para se destacar em meio a tantos concorrentes, o MEI precisa buscar diferenciais competitivos, investir em marketing e aprimorar constantemente seus produtos e serviços.

Muitos microempreendedores individuais têm dificuldade em gerir adequadamente suas finanças, o que pode comprometer a sobrevivência do negócio a longo prazo. De acordo com um estudo da Fundação Getulio Vargas (FGV, 2017), a falta de planejamento financeiro é uma das principais causas de mortalidade das empresas brasileiras. Para evitar esse problema, o MEI precisa acompanhar de perto seus fluxos de caixa, definir metas claras de faturamento e gastos, controlar os custos de produção e ter uma reserva financeira para eventuais imprevistos.

A formalização como MEI é o primeiro passo para quem deseja ter um negócio próprio, mas é importante fazer isso de maneira adequada e seguir todas as obrigações legais. Um estudo do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA, 2019) apontou que muitos microempreendedores individuais não cumprem corretamente as regras tributárias e trabalhistas, o que pode trazer problemas jurídicos e financeiros no futuro. Por isso, é fundamental que o MEI se informe sobre todas as suas obrigações, mantenha sua documentação atualizada e siga as boas práticas de gestão. Dessa forma, este trabalho buscou

compreender quais os desafios da gestão multifacetada do microempreendedor individual na cidade de Icó?

O presente estudo é importante por nos mostrar as formas e os variados métodos de gestão de um pequeno negócio. Para as organizações o estudo servirá na análise de processos e na abrangência dos métodos. Já para a academia, os estudantes de todas as áreas poderão ver e identificar os processos administrativos e sua utilização mesmo que de forma empírica. No que diz respeito a sociedade esta também será contemplada com uma obra que discutirá duas abordagens distintas para os micro e pequenos empreendedores e suas organizações.

O estudo é de originalidade, de forma que compara dois temas controversos aos olhos de muitos. Os processos de centralização estão muito ligados ao âmbito dos costumes e cultura de gerações, enquanto a literatura sobre a gestão de negócios do MEI está ligada ao meio organizacional.

Diante disso, é importante entender como funciona e quais os desafios enfrentados pelos microempreendedores individuais. Este tema torna-se relevante devido ao grande número de empreendedores que optam por essa categoria, bem como pela sua importância econômica para o país.

Identificar os desafios da gestão multifacetada para o microempreendedor individual na cidade de Icó. Caracterizar o perfil social, econômico e formativo do microempreendedor. Evidenciar a percepção do microempreendedor individual sobre a realidade do mercado atual. Apontar as estratégias de gestão desenvolvidas pelo microempreendedor individual.

## **2 DESENVOLVIMENTO**

### **2.1 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL**

Este trabalho propõe que a figura do MEI seja visualizada de forma completa e contextualizada, não se limitando apenas aos seus benefícios e vantagens. É importante que um discurso hospitaleiro aborda também os desafios e a realidade vivenciada por este grupo social. Há pelo menos três motivos pelos quais esse tipo de discurso é relevante: em primeiro lugar, permite que os trabalhadores entendam a realidade do MEI sob diferentes perspectivas, tendo em vista tanto as vantagens quanto os desafios dessa forma de trabalho. Isso possibilita que escolham, de acordo com suas necessidades, se desejam se tornar MEI ou seguir outro caminho profissional. Em segundo lugar, um discurso hospitaleiro impede que a mídia apresente o MEI equivocadamente, considerando as características e o contexto que permeiam

essa categoria. Por fim, é importante que os agentes públicos tenham um conhecimento completo da realidade dos MEIs para que possam traçar políticas públicas que estejam fundamentadas no mundo real e não apenas em conjecturas (Wissmann, 2021).

A criação do Microempreendedor Individual como uma pessoa jurídica teve um impacto significativo no cenário empreendedor brasileiro, resultando em um aumento na formalização de trabalhadores que antes atuavam de forma informal e, conseqüentemente, em vantagens para esses trabalhadores (Almeida; Francisco *et al*, 2023).

A contabilidade é um instrumento valioso para o MEI em suas tomadas de decisão empresariais, mas muitos microempresários não aproveitam essa ajuda, limitando seu uso apenas para fins fiscais. A falta de conscientização sobre a importância da contabilidade e seu papel como ferramenta de gestão empresarial é um fator significativo que desestimula a procura por esse recurso. Embora a contratação de um contador não seja obrigatória para o MEI, é altamente recomendável que ele utilize a contabilidade para melhorar a gestão financeira de sua empresa e, conseqüentemente, obter melhores resultados (Araujo, Anjos, 2021).

## 2.2 CENÁRIO MERCADOLÓGICO ATUAL

Percebe-se uma considerável e crescente demanda na formalização em 2020, tendo em vista que muitos profissionais receosos com a instabilidade no mercado de trabalho por conta da pandemia sanitária mundial do SARS-CoV-2 (COVID-19) e suas conseqüentes complicações a economia, optaram por iniciar o próprio negócio e os que já trabalhavam de forma informal buscarão se formalizaram para terem maior segurança nesse período. No entanto, infelizmente a grande maioria desses MEI não possuem quase nenhum tipo de planejamento ou mesmo desconhecem o que realmente envolve a criação de um CNPJ, o Sebrae que é uma entidade privada sem fins lucrativos, que conta com diversos postos fixos em diversos municípios do país tem a finalidade de prestar o apoio ser um agente de capacitação e desenvolvimentos desses empreendedores, além disso a entidade conta com um grande portfólio de cursos e treinamentos em seu site, assim o MEI que antes estava em busca de uma saída perante a crise mas sem saber bem o que estava fazendo pode usar dessa ferramenta para de capacitar. (Farahum, Rabelo, 2021).

Levando em consideração que as estratégias de marketing digital são muito difundidas e bastante presentes na nossa realidade e no mercado atual, se configura assim a forma mais



rápida e barata para que os empreendedores de uma forma eficiente consiga alcançar maiores faturamentos e volumes financeiros. Dessa forma é inevitável dizer que em um cenário atual, as inovações tecnológicas e a internet são a melhor alternativa para os empreendedores. No entanto essas evoluções são de uma rapidez exponencial o que pode de certa forma contribuir para a resistência por parte dos usuários, sobretudo é inerente o fato de essas adaptações serem parte do processo de evolução tecnológica (Santos; Santos; Costa, 2022).

Realizando uma análise do contexto atual das estratégias utilizadas em marketing digital e mídias sociais é possível perceber que a um aumento da exposição do negócio e dos produtos da empresa de forma mais eficiente, de modo que os microempreendedores que utilizam dessa ferramenta entendem que contribuem de forma bastante significativa para o desenvolvimento de seus empreendimentos, tendo como ponto crucial dessa análise que o mundo digital está em um crescimento avançado e de forma contínua, trazendo assim a cada vez mais a necessidades de compras online utilizando essas ferramentas (Cerqueira, 2020).

### 2.3 GESTÃO MULTIFACETADA

De acordo com estudos do SEBRAE (2023) a gestão multifacetada de um negócio pode trazer complicações específicas para o Microempreendedor Individual (MEI). Embora o MEI seja uma categoria simplificada de empresário individual no Brasil, com vantagens tributárias e menos obrigações burocráticas em comparação com outros tipos de empresas, ainda existem desafios e complicações associados à gestão multifacetada do negócio.

O SEBRAE (2023) aponta que a sobrecarga de responsabilidades sobre o empreendedor é a responsabilidade de todas as áreas do negócio, desde a produção ou prestação de serviços até a gestão financeira, marketing e atendimento ao cliente. Essa sobrecarga de responsabilidades pode ser desafiadora, pois o empreendedor precisa adquirir habilidades em diversas áreas e estar constantemente atualizado. Limitações de tempo e recursos Muitos MEIs têm recursos limitados, incluindo tempo e capital.

A gestão multifacetada do negócio pode exigir uma grande quantidade de tempo, o que pode ser um desafio quando o empreendedor precisa lidar com tarefas operacionais, administrativas e estratégicas ao mesmo tempo. Além disso, a falta de recursos financeiros pode dificultar a contratação de funcionários ou a terceirização de determinadas atividades. Conhecimento especializado: A gestão de diferentes áreas do negócio requer conhecimento especializado. Por exemplo, o empreendedor precisa entender as melhores práticas de marketing para promover seus produtos ou serviços, ter conhecimentos básicos de

contabilidade para lidar com as finanças e entender as regulamentações fiscais e trabalhistas (SEBRAE, 2023).

A falta de conhecimento especializado em áreas específicas pode levar a erros ou ineficiências na gestão do negócio. Dificuldades em manter-se atualizado: O ambiente empresarial está em constante evolução, com novas tendências, tecnologias e regulamentações surgindo regularmente. Para ter sucesso na gestão multifacetada do negócio, o empreendedor precisa estar constantemente atualizado sobre as mudanças em sua indústria, nas demandas dos clientes, nas melhores práticas de gestão e nas obrigações legais. Isso pode ser um desafio para o MEI, que muitas vezes precisa dedicar a maior parte do tempo às operações diárias do negócio. Risco de burnout e estresse: A sobrecarga de trabalho e a pressão para gerenciar todas as áreas do negócio podem levar ao burnout e ao estresse para o MEI (SEBRAE, 2023).

O estresse crônico pode afetar a saúde física e mental do empreendedor, prejudicando o desempenho geral do negócio. É importante ressaltar que essas complicações podem variar de acordo com o tipo de negócio e a experiência do empreendedor. Além disso, existem recursos disponíveis para auxiliar os MEIs, como cursos de capacitação, consultorias e associações de apoio aos pequenos empresários (SEBRAE, 2023).

Segundo a Lei Complementar nº 123/2006, que criou o MEI no Brasil, embora essa modalidade tenha facilitado a formalização de pequenos empreendimentos, é importante reconhecer que a gestão multifacetada pode trazer desafios adicionais para o MEI. É fundamental que o empreendedor esteja ciente das complicações e busque formas de mitigá-las, como buscar capacitação específica, delegar tarefas quando possível e buscar apoio em associações ou entidades que possam auxiliá-lo na gestão do negócio (Portal Do Empreendedor, 2022).

O assunto do modelo de gestão é de grande importância para as empresas, levando gestores e pesquisadores a se concentrarem nele. Com a rápida dinâmica do ambiente de negócios, as decisões relacionadas ao modelo de gestão organizacional têm um impacto direto nos resultados da empresa (Lugoboni *et al.*, 2020).

### **3 METODOLOGIA**

A natureza desta pesquisa foi básica, pois é aquela no qual o objetivo é adquirir novos conhecimentos de forma a contribuir com o progresso da ciência, Neste tipo de pesquisa, deve-se acumular conhecimentos e informações que podem contribuir com estudos

acadêmicos e seus resultados. O tipo de pesquisa exploratória está relacionada à pesquisa que tende a uma inicial aproximação do pesquisador com o tema, com o objetivo de familiarizar fatos e acontecimentos em comum ao tema a ser estudado. (Fontelles, *et al*, 2009).

Quanto ao método dedutivo parte das teorias e leis consideradas gerais e universais tendo como objetivo explicar a incidência de fenômenos particulares. A forma metódica da dedução parte de enunciados gerais (leis universais) que supostamente formam as condições do pensamento racional e deduzidas chegam a conclusões (Diniz, Silva, 2008).

A abordagem que irá ser utilizada na pesquisa será quantitativa, este tipo de pesquisa de enquadra no uso de quem pretende entender os fenômenos complexos, de forma profunda a natureza social e cultural de meio descritivo, usando de gráficos, tabelas e números, levando em conta os aspectos numéricos os termos matemáticos e estatísticos. O objetivo da pesquisa quantitativa é ser mais participativa porém menos controlável (Fontelles, Mauro José *et al*, 2009).

Esta pesquisa de opinião será realizada no município de Icó, região Vale do Salgado, interior do estado do Ceará. Os participantes serão microempreendedores individuais do segmento de varejo que atuam no centro comercial da cidade.

Os procedimentos técnicos adotados serão uma revisão bibliográfica e uma pesquisa de opinião. Com relação a pesquisa bibliográfica ela é feita com base em material já publicado encontrado em livros, textos, fotos, mapas, e muitos disponíveis nos meios digitais como repositórios sites e blogs, estes materiais serão utilizados para compor a fundamentação teórica (Fontelles, Mauro José *et al*, 2009). Quanto à pesquisa de opinião, segundo Avaetê de Lunetta e Rodrigues Guerra (2023), se caracteriza por ser utilizado com o objetivo de coletar dados e informações sobre as características e opiniões de um grupo de pessoas que representam uma parcela da população.

O instrumento de coleta de dados que será aplicado nesta pesquisa será um questionário, o mesmo será estruturado com perguntas objetivas e pré definidas com antecedência. Com o objetivo de entender sobre a realidade do negócio e dos temas abordados no estudo, a entrevista será gravada para fins de interpretações posteriores.

Embora em estudos de opinião não sejam exigidas a apreciação ética, esta pesquisa cuidou em observar o que determina as diretrizes sobre pesquisas envolvendo seres humanos. Dessa forma, a resolução 510/2016 traz as normas que devem ser aplicadas a uma pesquisa em ciências humanas e sociais de forma que os procedimentos metodológicos aplicados envolvam a utilização de dados que tenha sido obtidos de forma direta pelos participante, ou

identificar informações que possam ou por ventura venham acarretar riscos maiores riscos ao cotidiano e a vida.

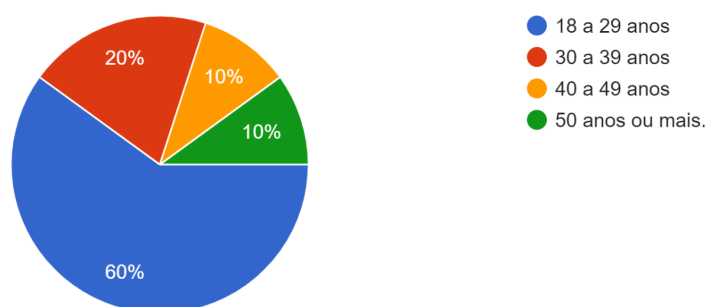
Levando em consideração que a produção científica deve implicar de forma a ter benefícios atuais ou de forma potencial para o ser humano, para a comunidade na qual está inserida e para toda a sociedade, tendo assim a possibilidade de promoção de qualidade de vida, dos direitos civis, sociais, culturais, e um meio ambiente sustentável de forma digna, de maneira a considerar a importância de se construir um marco claro preciso, normativo, compreensivo e de forma plena para todos os envolvidos na atividade de pesquisa e ciências humanas (Conselho Nacional de Saúde, 2016).

#### 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Este trabalho traz importantes questionamentos sobre os desafios da gestão do microempreendedor individual na cidade de Icó. Buscando Caracterizar e Visualizando suas percepções e estratégias. Desta forma foi realizado uma pesquisa de opinião, disponibilizando um questionário através de um link via Google Forms, o mesmo foi disponibilizado para 12 empreendedores obtendo um total de 10 respostas, 2 pessoas se negaram a responder alegando não ter disponibilidade de tempo ou não saber responder os questionamentos. O questionário foi dividido em três blocos. Caracterizar o perfil social, econômico e formativo do microempreendedor, Evidenciar a percepção do microempreendedor sobre a realidade do mercado atual, Apontar as estratégias de gestão desenvolvidas pelo microempreendedor individual. Com o intuito de responder as indagações que surgiram neste trabalho.

Sobre as características do microempreendedor, o Gráfico 1 mostra a faixa-etária na qual os participantes estão classificados.

**Gráfico 1 - Idade do empreendedor**



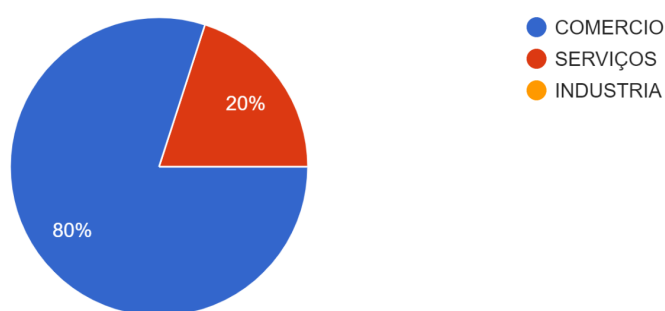
**Fonte:** dados da pesquisa 2023.

Analisando o resultado do gráfico 1, pode-se observar que a maioria dos microempreendedores, estão em uma faixa etária entre 18 e 29 anos, trazendo assim a percepção de que, um perfil de empreendedor mas jovem tem ganhado força no mercado local, reconhecendo que a categoria pode ser um atrativa para este público, por ser uma forma simples de se formalizar para quem está iniciando um negócio.

Segundo Wissmann (2021), a motivos para que esse discurso se torne relevante, permitindo que estes trabalhadores entendam qual a realidade de um MEI, sob as mais diferentes perspectivas tendo em vista as vantagens dessa forma de trabalho, possibilitando assim que escolham de acordo com suas necessidades, esta forma como caminho profissional.

A pesquisa também buscou entender em qual segmento de mercado o microempreendedor está situado, fortalecendo assim suas características, conforme pode ser percebido no Gráfico 2.

**Gráfico 2 - Ramo de atuação das empresas**



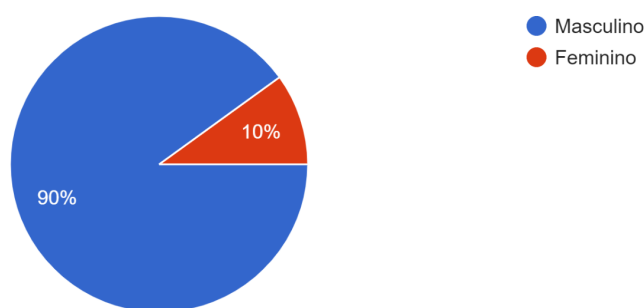
**Fonte:** dados da pesquisa 2023.

Em análise sobre o resultado do gráfico 2, observa-se uma larga vantagem para o ramo de comércio, deixando nítido a preferência de atuação do microempreendedor local, esta constatação traz consigo a ideia de que vender algo já pronto na maioria das vezes se torna a

saída para quer começar a empreender. O ramo de atuação industrial não apareceu no resultado da pesquisa, mostrando assim que este tipo de segmento ainda não é tão atrativo para a categoria. O SEBRAE (2018) traz que a abertura de um novo negócio está ligado com a facilidade e a diversidade de segmentos que se pode escolher como MEI, e esta escolha está diretamente relacionada com a concorrência que vai se encontrar.

O estudo também debruçou-se sobre qual o gênero, como perfil do microempreendedor no mercado local. O gráfico 3 evidencia esses resultados.

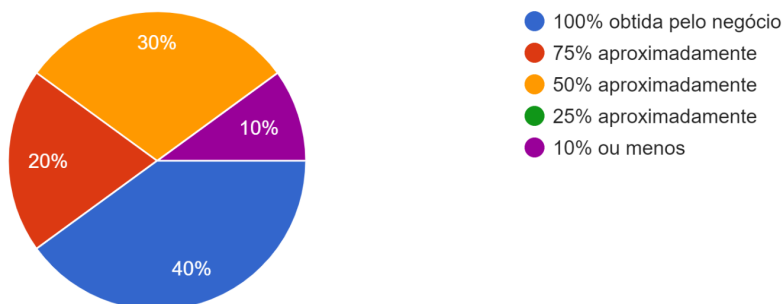
**Gráfico 3 - Gênero dos Microempreendedores**



**Fonte:** dados da pesquisa 2023.

Em contexto o resultado do gráfico 3, traz um ponto de reflexão e discussão, já que 90% dos microempreendedores pertencentes ao gênero masculino, este número chama bastante atenção pois significa que a pouca representatividade feminina na categoria, e que localmente elas têm menos expressão no mercado. Vale ressaltar que, este fenômeno traz a falta de oportunidade para que mulheres empreendem mais no mercado. Ainda sobre o SEBRAE (2018) existem mais de 8 milhões de microempreendedores individuais registrados no país. Um número bastante significativo para essa categoria, a pouca representatividade feminina no mercado local acaba se tornando uma característica negativa.

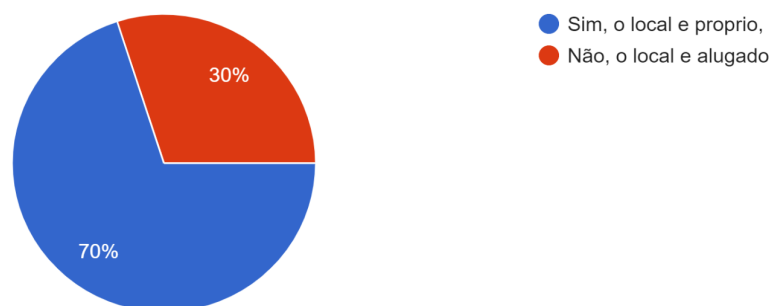
Sobre as características financeiras, a pesquisa buscou mensurar em que medida está a composição financeira com relação ao seu negócio. O resultado se encontra a seguir no Gráfico 4.

**Gráfico 4 -** Proporção de renda proveniente do negócio

Fonte: dados da pesquisa 2023.

O resultado obtido no gráfico 4, traz a constatação de que o microempreendedor local em muitos casos tem que recorrer a mais de uma fonte de renda para compor as suas necessidades financeiras. Segundo o SEBRAE (2023) a gestão financeira do negócio está ligada às responsabilidades do microempreendedor, estas responsabilidades muitas vezes podem ser desafiadoras pois é necessário adquirir habilidades para superar as limitações de recursos financeiros.

Com relação ao contexto do estabelecimento onde se encontra o empreendimento, buscou-se saber a ligação com o microempreendedor. Os resultados são apresentados no Gráfico 5.

**Gráfico 5 -** Utilização do estabelecimento comercial

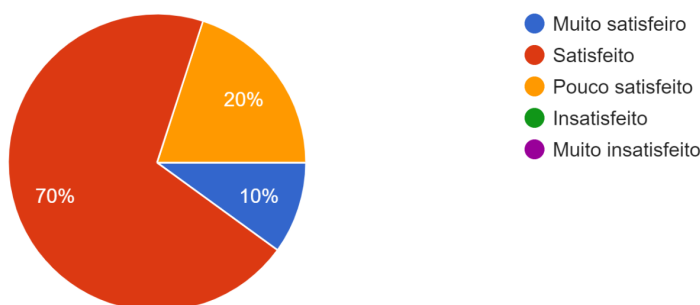
Fonte: dados da pesquisa 2023.

Realizando uma objetiva análise do resultado do gráfico 5, percebe-se que a maioria dos microempreendedores, que foram submetidos ao questionário na cidade de Icó, cerca de

70% já conseguiram superar a barreira do aluguel. Um ponto positivo para a categoria de local. De acordo com Wissmann (2021), é importante saber qual realidade e qual o contexto o microempreendedor se encontra em suas vivências, dessa forma caracterizando esse grupo social, entendendo seus pontos fortes e buscando amenizar suas fraquezas.

Avançando, o estudo procurou investigar sobre o nível de satisfação do microempreendedor quanto aos rendimentos decorrentes do seu negócio. Os resultados são evidenciados no Gráfico 6.

**Gráfico 6** - Com relação a renda obtida com o seu negócio você se considera:



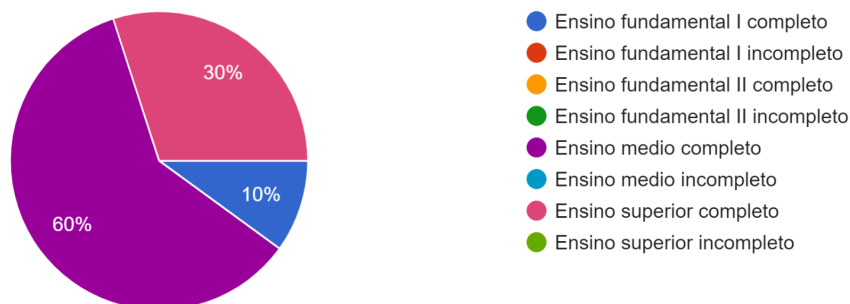
**Fonte:** dados da pesquisa 2023

Analisando o resultado encontrado no gráfico 6, podemos confirmar a ideia de que os microempreendedores, apesar de em sua maioria se considerar satisfeito com a renda obtida, apenas 10% deles se sentem muito satisfeito com os seus resultados, trazendo assim a ideia de que ainda falta algumas coisa para se chegar a esse nível de satisfação. Como já citado no gráfico 4. Além disso, um estudo do SEBRAE (2023), fala que a dificuldade financeira pode dificultar o microempreendedor em muitos pontos, como a contratação de novos funcionários ou a terceirização de determinadas atividades.

Dando continuidade ao estudo, a pesquisa trouxe ainda com o intuito de compreender as características do microempreendedor, como ele se encontra com relação ao seu nível de escolaridade, o resultado apresenta-se a seguir no Gráfico 7.



**Gráfico 7** - Em qual momento da sua jornada educacional você se encontra ?

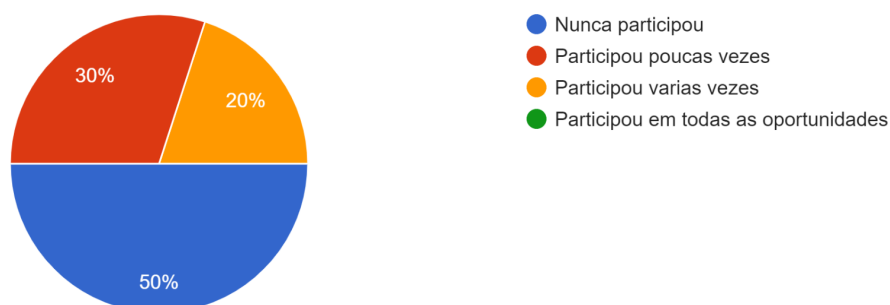


**Fonte:** dados da pesquisa 2023

Em análise, o resultado obtido pelo gráfico 7, nos mostra que 60% dos microempreendedores que responderam a pergunta concluíram o ensino médio, e que 30% concluíram alguma graduação de nível superior. O gráfico demonstra que aqueles que concluíram o ensino médio, apenas metade conseguiram um diploma de ensino superior. O Portal do Empreendedor (2022), diz que ele deve estar ciente das complicações e das dificuldades do seu negócio, e para buscar mitigá-las, é fundamental que se busque capacitações específicas.

Dando progresso ao estudo, os microempreendedores foram questionados sobre se a algum tipo de busca por se qualificar com o intuito de melhorar o desempenho do seu negócio. O resultado se apresenta a seguir no gráfico 8.

**Gráfico 8** - Frequência de participação em cursos ou eventos para melhorar o negócio

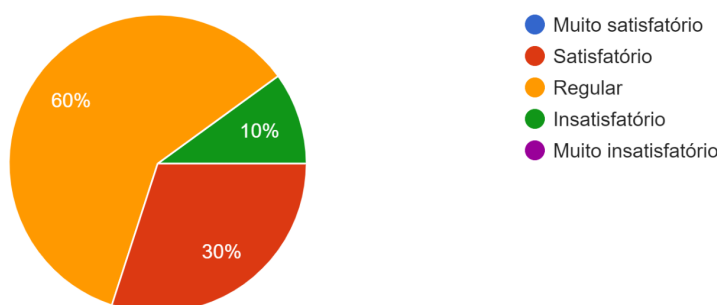


**Fonte:** dados da pesquisa 2023

De acordo com o resultado obtido no gráfico 8, pode-se perceber que metade dos microempreendedores nunca participaram de nenhum tipo de evento ou curso que proporcione a ele um ponto de melhoria e aprendizado, mostrando assim que esse é um ponto a ser levado com atenção. Desta forma Farahum e Rabelo (2021), nos traz a que a figura do MEI deve buscar ferramentas para sair da crise, e que esta saída está na capacitação, que pode ser alcançada de forma muitas vezes gratuita, através das várias unidades do SEBRAE espalhadas pelo Brasil ou pelo site da entidade.

A continuação do estudo buscou evidenciar qual é a percepção do microempreendedor sobre a perspectiva dos fornecedores, como pode ser observado no Gráfico 9.

**Gráfico 9** - Avaliação do mercado atual sobre os fornecedores

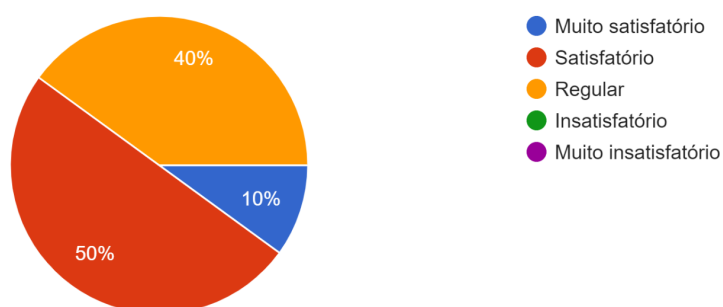


**Fonte:** dados da pesquisa 2023

Realizando uma leitura do gráfico acima, a percepção clara é que os MEIs têm uma visão de que no mercado atual, os fornecedores estão avaliados de forma regular, o que não chega a ser um ponto negativo tendo em vista que apenas 10% considera o desempenho insatisfatório, mas uma vertente que pode ser muito explorada e potencializada.

Indo de encontro a esta realidade o SEBRAE (2023), aponta que a eficiência da gestão do negócio passa por se manter atualizado com o ambiente empresarial, que se encontra em constante evolução, dessa forma estar sempre buscando novas parcerias e novos fornecedores se mostra uma forma de manter a eficiência do negócio em dia.

Avançando no estudo, continua-se buscando entender as percepções do microempreendedor, mas agora com relação a sua empresa no mercado. O resultado se apresenta abaixo no Gráfico 10.

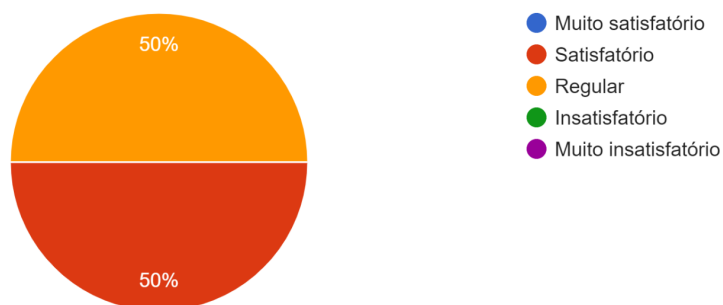
**Gráfico 10 - Avaliação do mercado atual sobre a empresa**

**Fonte:** dados da pesquisa 2023

O resultado obtido acima, mostra que a metade dos MEIs que responderam os questionamentos propostos neste trabalho, se demonstraram satisfeitos com a forma em que elas avaliam sua empresa no mercado atual, mas uma parte considerável 40%, vê esta avaliação apenas como regular, o que mostra de certa forma um descontentamento com a atual situação.

Segundo Cerqueira (2020), se realizarmos uma análise do contexto atual, veremos que a utilização de estratégias de marketing digital e mídias sociais se mostra como ponto forte na exposição dos produtos e do negócio. Dessa forma o MEI deve buscar usar estas estratégias para poder se posicionar melhor no mercado.

Prosseguindo com o estudo, a pesquisa buscou entender qual a avaliação do microempreendedor, só que com relação aos seus concorrentes. A seguir se mostra o resultado encontrado no gráfico 11.

**Gráfico 11 - Avaliação do mercado atual sobre os concorrentes?**

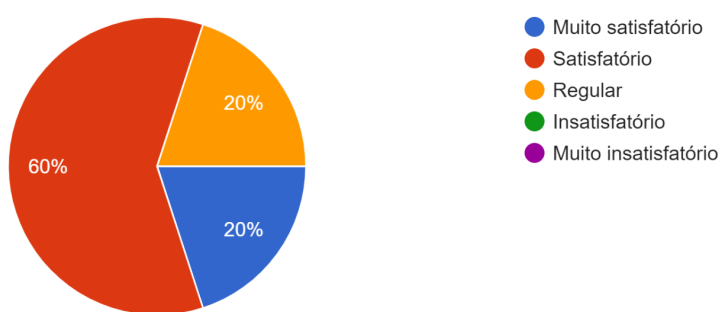
**Fonte:** dados da pesquisa 2023

Realizando a análise do gráfico acima, a percepção do resultado encontrado e que a uma exata divisão entre os MEIs que avaliam os concorrentes de forma satisfatória, e os que avaliam de forma regular, demonstrando que apesar de muitos terem uma boa percepção, e um meio bastante concorrido e acirrado.

Segundo essa análise o SEBRAE (2018), mostra que a facilidade na hora de abrir um novo negócio e as inúmeras áreas e segmentos que podem ser atendidas pelo MEI, acaba se tornando um dos motivos de existir bastante concorrência e de forma acirrada no segmento.

Seguindo esta vertente, agora os microempreendedores responderam sobre a sua percepção no mercado atual com relação ao consumidor. O resultado encontra-se a seguir no gráfico 12.

**Gráfico 12 - Avaliação do mercado atual sobre o consumidor**

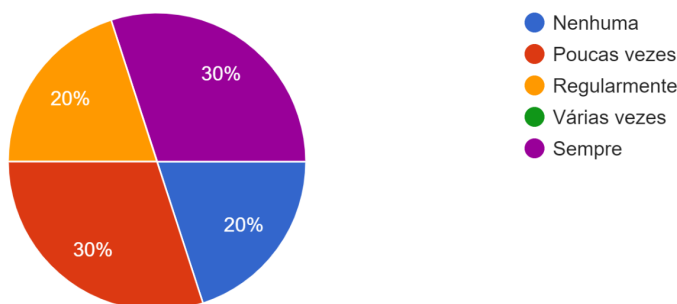


**Fonte:** dados da pesquisa 2023

Analisando o resultado obtido no gráfico 12, observa-se que 60% dos MEIs que responderam os questionamentos deste trabalho têm uma relação com o seu consumidor que ele considera satisfatória, e os outros 40% se dividem entre muito satisfatório e regular, trazendo assim a perspectiva de que estes MEIs tem uma boa relação com seu consumidor.

O SEBRAE (2023), fala que algumas áreas do negócio tem relação direta com o cliente, como por exemplo as ações desenvolvidas pelo marketing ou mesmo o atendimento que é realizado com o consumidor, estas são responsabilidades vitais para a prestação do serviço e para o sucesso do empreendimento.

Avançando com o estudo, a pesquisa buscou identificar e apontar quais as estratégias de gestão desenvolvidas pelo microempreendedor individual, desta forma os mesmos foram questionados sobre como se dá o processo decisório da empresa. A pesquisa encontrou o resultado exposto no Gráfico 13.

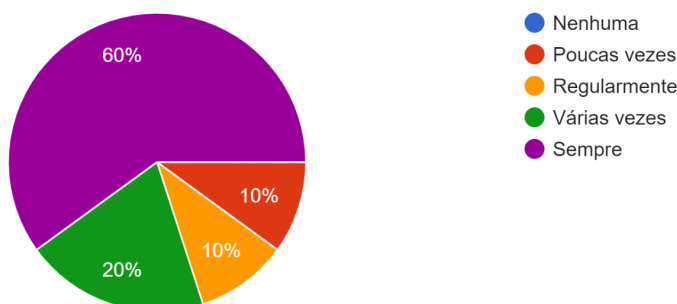
**Gráfico 13** - Nível de compartilhamento das decisões internas com os colaboradores

**Fonte:** dados da pesquisa 2023

Analisando o resultado obtido, chega-se a compreensão de que os microempreendedores locais que participaram da pesquisa, não possuem uma ideia unânime, no que diz respeito à forma ou modo de se compartilhar as decisões com os seus colaboradores, vale ressaltar que 50% dos MEIs poucas vezes ou nenhuma vez realiza esse tipo de estratégia. Dessa forma, deixando de forma nítida a ideia que os mesmos têm de centralizar o processo decisório do negócio.

De acordo com o SEBRAE (2023), o MEI que busca gerenciar todas as fases do negócio tende a sofrer com a sobrecarga de responsabilidades, o aumento da pressão e do estresse pode levar o empreendedor a desenvolver síndrome de burnout.

Ainda buscando entender sobre as responsabilidades do MEI, a pesquisa avança o estudo, dessa vez na perspectiva da compra e reposição de mercadorias, o resultado obtido se encontra abaixo no Gráfico 14.

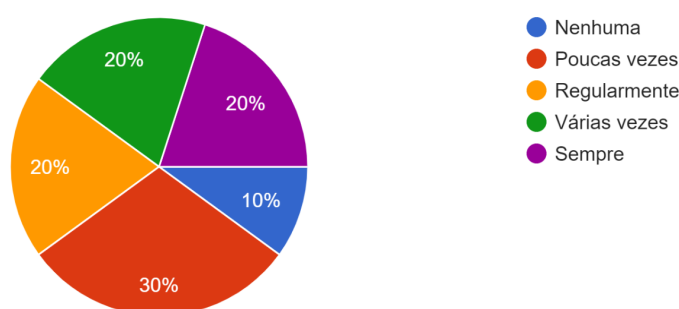
**Gráfico 14** - Responsabilidade do proprietário com o processo de compra de mercadorias

**Fonte:** dados da pesquisa 2023

A pesquisa mostra que a maioria dos microempreendedores que responderam aos questionamentos deste estudo, 60% sempre participa diretamente do processo de reposição de estoque e das escolhas das mercadorias, o que reforça a ideia de que eles não abrem mão de estarem imersos no negócio, que se ver necessário o domínio de diversas áreas da gestão como negociação. Desta forma, o modo como se e efeito a gestão do negócio e proporcional ao sucesso do mesmo, uma gestão multifacetada pode ser uma desafio, pois vai exigir do MEI uma grande quantidade de tempo para lidar com as tarefas operacionais, administrativas e de estratégia SEBRAE (2023).

Progredindo com o estudo, a pesquisa buscou saber qual a participação do microempreendedor com o processo de vendas no seu empreendimento, o resultado encontrado se apresenta no Gráfico 15.

**Gráfico 15** - Responsabilidade do proprietário com o processo de venda de produtos/serviços



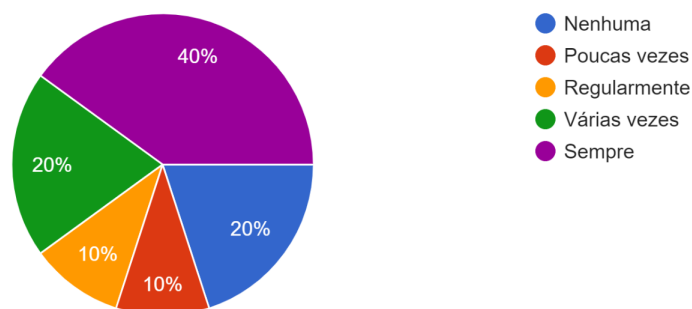
**Fonte:** dados da pesquisa 2023

Analisando o resultado encontrado, o perfil do microempreendedor local, possui uma relação que por muitas vezes está ligada ao processo de vendas seja de forma regular ou eventual, frisando assim a necessidade do mesmo está inserido em todos os processos do empreendimento.

Segundo o SEBRAE (2023), para ter sucesso na gestão multifacetada o empreendedor precisa estar em constante atualização sobre as mudanças do mercado, e nas demandas dos clientes, o que acaba tornando-se um desafio pois muitas vezes o MEI ter que dedicar a maior parte do seu tempo com as operações diárias do negócio.

Concluindo o estudo, os microempreendedores foram questionados sobre qual a sua opinião sobre ser o único responsável por tomar as decisões do negócio, e se isso atrapalha o desenvolvimento do mesmo, o resultado encontrado se mostra abaixo no Gráfico 16.

**Gráfico 16** - Ser o único responsável por tomar decisões na empresa pode atrapalhar o negócio?



**Fonte:** dados da pesquisa 2023

De forma clara e objetiva, o resultado mostra que os microempreendedores em sua maioria consideram que um modelo de gestão que centraliza as decisões pode atrapalhar o desenvolvimento do negócio.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sobre as características do microempreendedor local na cidade de Icó, a pesquisa encontrou que os mesmos apresentam uma faixa etária mais jovem, e que a atuação do MEI se concentra mais no segmento comercial, o estudo também mostrou que em sua grande maioria os empreendedores são do gênero masculino, sobre as características financeiras os mesmo não se consideram completamente satisfeitos, muitas vezes tendo que recorrer a outras fontes de renda, com relação ao ponto onde fica o empreendimento, a maioria já conseguiu se superar e sair do aluguel, o estudo também concluiu que o perfil do MEI local possui uma escolaridade de nível, assim muitos ainda não tendo algum tipo de graduação que possa auxiliar o controle do negócio, dando coerência já que muitos não buscam se qualificar com cursos ou treinamentos.

A continuação do estudo, encontrou evidências de que o microempreendedor local tem a percepção regular no que diz a sua realidade com os seus fornecedores, o estudo também encontrou que a auto avaliação com relação ao seu negócio está de certa forma satisfatória, mas com muita margem para crescimento, avaliando os concorrentes eles consideram uma disputa satisfatória, porém acirrada, no que diz respeito as consumidores tendo em vista que a maioria possui um boa relação de satisfação com os seus clientes.

O progresso do estudo, identificou quais as estratégias de decisão que são utilizados pelos MEIs, os mesmo muitas vezes não compartilham esta responsabilidade centralizando a tomada de decisão, o estudo também encontrou que a realidade de muitos microempreendedores está diretamente ligada a todos os processos da empresa participando da compra até a venda das mercadorias ou realização do serviço, concluído o estudo se mostra que em alguns casos o microempreendedor local, acredita que a gestão multifacetada pode muitas vezes ser a responsável por o não sucesso do negócio, porém ainda a muito relutância e descrença sobre a descentralização dos processos que envolvem a gestão do negócio, também não há conhecimento e muitas vezes interesse de como se pode mudar a realidade.

Este trabalho apresenta lacunas no que diz respeito à construção da sua fundamentação teórica, a mesma conta apenas com trabalhos pesquisados no google acadêmico limitando assim a sua base de pesquisa. Com relação às limitações encontradas, as mesmas estão relacionadas ao baixo número de participantes que aceitaram responder a pesquisa, considerando o alto número de empreendedores que optam por esta categoria.

Desta forma abre-se espaços para novas perspectivas de pesquisa com o microempreendedor local, uma vertente que pode ser bastante explorado e o fato de apenas 10% dos MEIs que participaram da pesquisa serem do gênero feminino, então se mostra válido um estudo voltado diretamente para este público, buscando entender suas dificuldades no meio empresarial local e o que leva a este baixo número de mulheres empreendendo e se formalizado como MEI na cidade de Icó.



## REFERÊNCIAS

ALMEIDA; COELHO; MALAFAIA; VIEIRA. O microempreendedor individual (MEI) no Brasil: uma perspectiva geral . **Peer Review**, [S. l.], v. 5, n. 4, p. 34–47, 2023. DOI: 10.53660/236.prw415. Disponível em: <https://peerw.org/index.php/journals/article/view/236>. Acesso em: 23 abr. 2023.

ARAÚJO; ANJOS. **A importância da contabilidade para o microempreendedor individual(mei)**. Disponível em: <https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/getec/article/view/2582>. Acesso em: 23 abr. 2023.

CARVALHO. Planejamento tributário considerando a análise dos impactos econômicos e tributários em uma microempresa. **Cadernos de Gestão e Empreendedorismo**, v. 11, n. 1, p. 29-42, 2023. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/cge/article/view/57569>. Acesso em: 11 jun. 2023.

CERQUEIRA, Matheus da Silva do Nascimento. **Mídias sociais e microempreendedores individuais**: uma interação cada vez mais globalizada para o empreendedor. Disponível em: <http://131.0.244.66:8082/jspui/handle/123456789/1814>. Acesso em: 11 jun. 2023.

DINIZ; SILVA. Tipos de métodos e sua aplicação. **Campina Grande**, 2008. Disponível em: [https://www.academia.edu/download/50553476/Met\\_Cie\\_A04\\_M\\_WEB\\_310708.pdf](https://www.academia.edu/download/50553476/Met_Cie_A04_M_WEB_310708.pdf). Acesso em: 07 jun. 2023.

FARAHUN; RABELO. **Os desafios enfrentados pelo microempreendedor individual**: as adaptações e a evolução do MEI perante os desafios do mercado, em 2021. Disponível em: <http://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/7388>. Trabalho de conclusão de curso. (Curso superior de tecnologia em Gestão Comercial). Faculdade de Tecnologia de Assis, Prof. Dr. José Luiz Guimarães. Assis, 2021. Acesso em: 04 jun. 2023.

FGV, Fundação Getúlio Vargas. **Estudo do Sebrae aponta falta de planejamento financeiro como principal causa de mortalidade das empresas**. Disponível em: <<https://portal.fgv.br/noticias/estudo-do-sebrae-aponta-falta-planejamento-financeiro-como-principal-caoa-mortalidade-da-s-empresas>>. Acesso em: 16 mar. 2023.

FONTELLES, Mauro José; SIMÕES, Marilda Garcia; FARIAS, Samantha Hasegawa e FONTELLES, Renata Garcia Simões; Metodologia da pesquisa científica: diretrizes para a elaboração de um protocolo de pesquisa. **Revista paraense de medicina**, v. 23, n. 3, p. 1-8, 2009. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/3049277/mod\\_resource/content/1/DIRETRIZES%20PARA%20A%20ELABORA%20C%27%20C%28%20DE%20UM%20PROJ%20PESQUISA.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/3049277/mod_resource/content/1/DIRETRIZES%20PARA%20A%20ELABORA%20C%27%20C%28%20DE%20UM%20PROJ%20PESQUISA.pdf). Acesso em: 07 jun. 2013.

GUERRA, A. de L. e R. METODOLOGIA DA PESQUISA CIENTÍFICA E ACADÊMICA. Revista OWL (OWL Journal) - **Revista Interdisciplinar de Ensino e Educação**, [S. l.], v. 1, n. 2, p. 149–159, 2023. DOI: 10.5281/zenodo.8240361. Disponível em: <https://revistaowl.com.br/index.php/owl/article/view/48>. Acesso em: 4 out. 2023.

IPEA, Instituto de Pesquisas Econômica Aplicada. **Microempreendedor Individual no Brasil**: características, perfil e desafios. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2019.

Disponível em:

[https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=6983](https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=6983).

Acesso em: 11 jun. 2023.

LUGOBONI; SANTOS; MACHADO; GOMES. Modelos de gestão: uma revisão da literatura brasileira. *CAFI*, [S. l.], v. 3, n. 1, p. 83–102, 2020. DOI: 10.23925/cafi.v3i1.45651.

Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/CAFI/article/view/45651>. Acesso em: 24 abr. 2023

MITTMANN, Solange. Discurso e texto: na pista de uma metodologia de análise. **Análise do discurso no Brasil: mapeando conceitos, confrontando limites**. São Carlos: Claraluz, p. 153-162, 2007. Disponível em:

[https://www.academia.edu/download/62205861/Discurso\\_e\\_texto\\_Na\\_pista\\_de\\_uma\\_metodologia\\_de\\_analise20200226-79187-ugcygv.pdf](https://www.academia.edu/download/62205861/Discurso_e_texto_Na_pista_de_uma_metodologia_de_analise20200226-79187-ugcygv.pdf). Acesso em: 08 jun. 2023.

PORTA DO EMPREENDEDOR - MEI. Disponível em:

<<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/>>. Acesso em: 26 abr. 2023.

SANTOS; SANTOS; COSTA. Os desafios do microempreendedor: uma análise pós pandemia do Covid-19. *E-Acadêmica*, [S. l.], v. 3, n. 2, p. e3132169, 2022. DOI:

10.52076/acad-v3i2.169. Disponível em: <https://eacademica.org/eacademica/article/view/169>. Acesso em: 4 jun. 2023.

SEBRAE. Microempreendedor Individual (MEI). Disponível em:

<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/microempreendedor-individual-mei,bf34d974f360e610VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 26 abr. 2023.

SEBRAE. **Quantidade de MEI ultrapassa 8 milhões no País**. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br> Acesso em: 16 mar. 2023.

WISSMANN. Discursos e desconstrução sobre a figura do Microempreendedor Individual (MEI) 2021. disponível em: <http://revista.fumec.br/index.php/pretexto/article/view/7989>

Acesso em: 23 abr. 2023.