

**ESCOLA DE ENSINO SUPERIOR DO AGRESTE PARAIBANO – EESAP
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

ANDRÉ LUÍS LIMA SILVA

**SOBREVIVÊNCIA DOS MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS (MEIs): UM
ESTUDO DE CASO NO MUNICÍPIO DE DONA INÊS – PB**

**GUARABIRA – PB
2022**

ANDRÉ LUÍS LIMA SILVA

**SOBREVIVÊNCIA DOS MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS (MEIs): UM
ESTUDO DE CASO NO MUNICÍPIO DE DONA INÊS – PB**

Monografia apresentada a Escola de Ensino Superior do Agreste Paraibano, como requisito final para obtenção do Título de Bacharel em Administração.

Orientador (a): Prof. Ma. Gleicy Kelly da Silva Costa Laurentino.

**GUARABIRA – PB
2022**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

S586s Silva, André Luís Lima.

Sobrevivência dos microempreendedores individuais (MEIs): um estudo de caso no Município de Dona Inês- PB. / André Luís Lima Silva. – Guarabira: Faculdade EESAP, 2022. 28f.: il

Orientador: Prof^ª. Ma. Gleicy Kelly da Silva Costa Laurentino. Monografia (Graduação em Administração) – EESAP.

1. Microempreendedores. 2. Empreendedorismo. 3. MEI. I. Título.

EESAP

CDD 658.4

Ficha Catalográfica elaborada por
Dayse de França Barbosa
CRB 15-553

ANDRÉ LUÍS LIMA SILVA

SOBREVIVÊNCIA DOS MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS (MEIs): UM ESTUDO DE CASO NO MUNICÍPIO DE DONA INÊS – PB

Monografia apresentada a Escola de Ensino Superior do Agreste Paraibano, como requisito final para obtenção do Título de Bacharel em Administração.

Orientador (a): Prof. Ma. Gleicy Kelly da Silva Costa Laurentino.

Aprovado (a) em: ____ / ____ / ____

Prof. Ma. Gleicy Kelly da Silva Costa Laurentino (Orientador)
Escola de Ensino Superior Do Agreste Paraibano

Prof. Me. Eudo Jansen Neto (Examinador Interno)
Escola de Ensino Superior do Agreste Paraibano

Prof. Me. Joaquim Monteiro Reis Pacheco (Examinador Interno)
Escola de Ensino Superior do Agreste Paraibano

GUARABIRA – PB
2022

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por estar sempre ao meu lado em todos os momentos da minha vida, me fortalecendo, guiando e iluminando meus caminhos para que eu alcance meus objetivos.

Em especial a meus pais, Mônica Lima e André Antônio que desde o início estiveram comigo me apoiando, incentivando e acreditando em mim.

As minhas avós, Maria das Neves e Silvinha pela dedicação, carinho e confiança no meu potencial.

A uma pessoa incrível, minha tia Joana Lima, que considero uma segunda mãe, pela força e por todo apoio, durante minha trajetória acadêmica.

Ao meu tio Maurício, que esteve junto, me levando de moto quase que diariamente ao ponto de ônibus para que eu pudesse embarcar para a faculdade. Amo todos vocês.

A minha orientadora, Prof Gleicy Kelly da Silva Costa Laurentino, pelos ensinamentos, amizade e disponibilidade na construção e desenvolvimento desse Trabalho de Conclusão de Curso.

Aos meus amigos e colegas de sala aula, pelo aprendizado, brincadeiras, trabalhos desenvolvidos juntos e muito mais. Vocês são especiais para mim e foram muito importante nesse percurso.

Meu muito obrigado!

*“O medo de falhar nunca deve ser o motivo
para não tentar algo novo.”*

(Fred Smith)

RESUMO

Novas empresas e serviços vem surgindo a cada dia no Brasil, a figura do MEI vem facilitando ainda mais para esse contexto, trazendo agilidade em suas aberturas e legalizando essa nova classe. Todavia, o empreendedorismo representa a oportunidade para explorar o mercado, assim, garantindo o aumento na renda e suprindo as necessidades diante do negócio, podendo ser encarado como uma simples aventura, sendo planejada para evitar falências, trazendo soluções para os problemas sociais, transformando oportunidades em bens e serviços futuros, utilizando indicadores de gestão, fidelizando clientes, sempre se inovando, garantindo o melhor produto, para assim manter seus empreendimentos ativos. Portanto, esse trabalho acadêmico tem a finalidade de apresentar dados através de uma pesquisa quantitativa, mostrando fatores que influenciam na sobrevivência dos microempreendedores individuais na cidade de Dona Inês – PB, tendo como objetivo mensurar os ramos de atividades e analisar os fatores através das respostas obtidas que contribuem para suas empresas permanecerem ativas no município, uma vez que foi observado diante dos resultados que os microempreendedores, tem visão de inovação, no melhor produto, serviço, marketing entre outros, atendendo o seu público alvo, ofertando várias formas de pagamentos, proporcionando o melhor para o cliente e em seguida conseguir fidelizar os mesmos. Outro ponto a se observar foi o fator limitante em que alguns MEIs não responderam ao questionário enviado, com perguntas objetivas a respeito de suas estratégias e faturamento, motivo esse, que levou a um número menor de respostas recebidas.

Palavras-Chave: Empreendedorismo, Sobrevivência do MEI, Fidelização.

ABSTRACT

New companies and services are emerging every day in Brazil, the figure of the MEI has been making it even easier for this context, bringing agility to your openings and legalizing this new class. Still, entrepreneurship represents the opportunity to explore the market, so, ensuring an increase in income and meeting the needs of the business, can be seen as a simple adventure, being planned to avoid bankruptcies, bringing solutions to social problems, turning opportunities into future goods and services, using management indicators, making customers loyal, always innovating, guaranteeing the best product, to keep your business active. Therefore, this academic work has the purpose of presenting data through a quantitative research, showing factors that influence the survival of individual microentrepreneurs in the city of Dona Inês – PB, with the objective of measuring the branches of activities and analyzing the factors through the obtained answers that contribute for their companies to remain active in the municipality, since it was observed in the face of the results that the microentrepreneurs, have a vision of innovation, in the best product, service, marketing among others, serving your target audience, offering multiple payment methods, providing the best for the customer and then achieving their loyalty. Another point to be observed was the limiting factor in which some MEIs did not respond to the questionnaire sent, with objective questions about your strategies and billing, this reason which led to a lower number of responses received.

Keywords: Entrepreneurship, survival of the MEI, Loyalty.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Qual o gênero do proprietário do negócio?	18
Gráfico 2 Qual a faixa etária do proprietário do negócio?.....	18
Gráfico 3 Qual o nível de escolaridade do proprietário do negócio?.....	19
Gráfico 4 Em que faixa se enquadra o faturamento médio mensal do seu negócio?	19
Gráfico 5 Em que ramo(s) de atividade o seu negócio atua?	20
Gráfico 6 Há quanto tempo é Microempreendedor Individual?	20
Gráfico 7 Quais os principais motivos que o levaram a formalizar o seu negócio? (Citar um ou no máximo três)	21
Gráfico 8 Busca sempre inovar o seu negócio?	22
Gráfico 9 Quais estratégias de inovação são aplicadas? (Citar um ou no máximo três)	22
Gráfico 10 Qual seu maior público consumidor?	23
Gráfico 11 Qual seu maior público consumidor?	23
Gráfico 12 Você acha importante a fidelização de clientes?	24
Gráfico 13 Você acha o fiado essencial como forma de fidelizar clientes?	24
Gráfico 14 Qual a maior dificuldade de manter sua empresa ativa no município? ...	25

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1 Empreendedorismo	13
2.2 Microempreendedor Individual (MEI).....	14
2.3 Sobrevivência dos Microempreendedores Individual	15
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	16
3.1 Métodos.....	16
3.2 Pesquisa	17
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	17
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	25
REFERÊNCIAS.....	27

1. INTRODUÇÃO

As micro e pequenas empresas têm um papel fundamental na economia brasileira. Segundo uma pesquisa realizada pelo SEBRAE em 2014, os pequenos negócios correspondem a mais de um quarto do Produto Interno Bruto (PIB). São aproximadamente 9 milhões de micro e pequenas empresas no país que representam cerca de 27% do PIB (SEBRAE, 2014).

Segundo Silva (2019), essas empresas desempenham um papel importante na economia do país, visto que são agentes econômicos muito flexíveis, proporcionam dinamismo no mercado e representam grandes vantagens socioeconômicas, atuam em todos os setores de atividades da economia e simbolizam “fôlego” extra na economia nacional.

Os MEIs ou Pequenos Empreendedores são aqueles que prestam seus serviços diante de suas habilidades e conhecimentos de negócios dentro do comércio. O reconhecimento desse segmento pelos governantes, bem como seu processo de legalização tem por objetivo a inserção destes no mercado, pois em sua grande maioria já desenvolviam suas atividades na informalidade e sem nenhuma garantia legal (SILVA, 2019).

A figura do MEI surgiu em 2008 com a Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008, buscando formalizar trabalhadores brasileiros que, até então, desempenham atividades sem nenhum amparo legal ou segurança jurídica. Com a legislação em vigor desde 2009, no Brasil mais de 7 milhões de pessoas já se formalizaram como microempreendedores individuais (SEBRAE, 2021).

É válido ressaltar que algumas das principais vantagens do MEI são a redução do número de impostos, que por sua vez são baixos, além disso também se beneficiam com aposentadoria, auxílio doença, auxílio maternidade no caso das mulheres, desconto na compra de veículos, benefícios para a família como o direito a pensão por morte, entre outros.

Em cinco anos, o número de microempreendedores individuais (MEI) cresceram quase 103% na Paraíba. Os dados são do Sebrae Paraíba, com base nos registros da Receita Federal, entre agosto de 2014 e 2019. O levantamento apontou crescimento de 102,7% no número de microempreendedores individuais (MEI) registrados no Estado (PORTAL G1 PB, 2019).

Ainda de acordo com o Portal G1 PB (2019), três fatores que contribuíram para

o aumento do número de pequenos negócios no estado, destacados pelo SEBRAE da Paraíba, foi principalmente pela facilidade na abertura e legalização do negócio, pela crise que fez o desemprego crescer e transformou a ideia de montar um pequeno negócio em uma opção e, por último, a mudança cultural que traz o empreendedorismo como alternativa de vida e carreira para a nova geração.

No município de Dona Inês há 292 microempreendedores individuais (MEI) registrados, sendo eles 40% mulheres e 60% homens. Uma das principais atividades de atuação são de produção musical, chaveiros, reparação e manutenção de equipamentos eletroeletrônicos de uso pessoal e doméstico, mercadinhos e etc. (MAISMEI, 2022).

Nesse sentido, o trabalho surge com o intuito de analisar como os microempreendedores individuais (MEIs) do município de Dona Inês/PB, continuam ativos e como essa sobrevivência se dá, em meio à realidade econômica local vivenciada, a partir de questionamentos e observação da dinâmica do dia a dia desses empreendedores.

Desse modo, o cenário dessa pesquisa surgiu a partir da intenção do tema, Sobrevivência dos Microempreendedores Individuais (MEIs): Um estudo de caso no município de Dona Inês – PB, por isso tem-se como problema de pesquisa, quais as principais desafios que os microempreendedores individuais de Dona Inês/PB, enfrentam para se manter ativos?

Portanto, tendo como propósito formalizar e legalizar seu serviço e negócio, o objetivo geral, tem seu foco em analisar os microempreendedores individuais do município de Dona Inês/PB, para identificar se sua sobrevivência está relacionada com a diversidade dos serviços ofertados e a forma de pagamento dos clientes a empresa diante da realidade econômica local. Assim elecam-se como objetivo específicos, elaborar um levantamento quantitativo de Microempreendedores Individuais do município, mensurar os ramos de atividades e negócios dos MEIs, e analisar os fatores que contribuem para que essas empresas possam ser sustentáveis economicamente.

A presente pesquisa surgiu com o intuito de entender como os microempreendedores individuais de Dona Inês/PB, permanecem na ativa mesmo diante do aumento geral nos preços de bens e serviços na economia do país. ¹A

¹ Consequências da inflação. Banco Central do Brasil. Disponível em [O que é inflação \(bcb.gov.br\)](https://www.bcb.gov.br). Acesso em 16 de junho de 2022.

inflação gera incertezas importantes na economia, desestimulando o investimento e, assim, prejudicando o crescimento econômico.

Empreender representa um desafio e uma oportunidade para explorar o mercado, oferecendo produtos e serviços de forma diferenciada. É também um caminho que o trabalhador encontra para garantir o aumento da renda e suprir suas necessidades diante do cenário econômico atual (QUARESMA e SILVA, 2018).

O ato de começar um negócio não pode ser encarado como uma simples aventura, mas, antes de tudo deve ser uma aventura planejada, portanto, os riscos assumidos deverão estar em um contexto em que serão avaliados e mantidos sobre controle.

A importância do empreendedorismo para o desenvolvimento e o crescimento de uma sociedade é sempre um papel fundamental, diante de todas as transformações e geração de riquezas.

Portanto, a relevância do TCC para o meio acadêmico é muito importante, pois possibilita muita leitura e exige um estudo mais aprofundado em pesquisas, além disso, também proporciona para a vida social e científica com base em pesquisas feitas na sociedade, resultados, na busca de resolver uma problemática relevante na atualidade ou até levantar dados de uma análise através de questionários, adequando-se para novos empreendimentos e etc.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo

De acordo com Silva e Bastos (2022), o empreendedorismo é um assunto bastante abordado na ciência econômica e obteve grande destaque quando, na segunda metade do século XX, começou-se a entender que os empreendedores são autores responsáveis pela inovação do sistema econômico e que influenciam positivamente no desenvolvimento econômico.

Empreendedorismo é a capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade. Pode ser um negócio, um projeto ou mesmo um movimento que gere mudanças reais e impacto no cotidiano das pessoas (SEBRAE, 2021).

É nesse cenário que Silva e Bastos (2022), incluem a figura do empreendedor, porque considera ser este o agente responsável pelas inovações na economia, seja por meio de novos produtos, processos, criação de mercados, combinação dos fatores produtivos, seja mediante uma nova tecnologia.

A introdução de um novo bem, a criação de um método de produção ou comercialização e até a abertura de novos mercados, são algumas atividades comuns do empreendedorismo. Isso significa que “a essência do empreendedorismo está na percepção e no aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios” (SEBRAE, 2021).

Portanto, o empreendedorismo em pequenos municípios é de suma importância para a sociedade assim gerando pontos positivos para o local, pontos esses em gerações de empregos, novas ideias de negócios e serviços, levando a competitividade e aumento na eficiência econômica.

2.2 Microempreendedor Individual (MEI)

Nos últimos anos, tem sido dada uma grande importância à problemática do empreendedorismo de pequena escala devido, sobretudo, ao reconhecimento, pelas políticas públicas, do contributo da pequena iniciativa para o crescimento econômico, o emprego e a vitalidade da economia (ESPANHA, 2010).

O microempreendedorismo em geral é concebido como uma especificação do conceito de empreendedorismo reportado às situações de pequeníssima escala. Entende-se que, mesmo nessas situações, podem estar presentes todos os atributos do conceito de empreendedorismo, ou seja, a criação de valor, a inovação e a mudança, a procura por oportunidade e a desenvoltura na gestão e na assunção do risco. (ESPANHA, 2010, p.112).

Um empreendedor é o agente responsável pela oferta de alternativas de solução aos problemas sociais, por promover e transformar oportunidades em bens e serviços futuros, acrescentando valor ao negócio e mudando a economia.

A Lei Complementar nº. 128 de 19 de dezembro de 2008 instituiu a figura de uma nova categoria de empresas, o Microempreendedor Individual (MEI). Com a regulamentação do MEI, muitos profissionais tiveram suas atividades econômicas formalizadas tornando-se pequenos empresários (ANDRADE e BOFF, 2014).



O exercício da atividade do microempreendedor Individual apresenta diversas vantagens, tais como: Cobertura previdenciária (que abrange tanto o empreendedor como a sua família); Contratação de um funcionário com menor custo (possibilidade de admitir até um empregado a baixo custo); Isenção de taxas para o registro da empresa e concessão de alvará para funcionamento (gratuitos); Ausência de burocracia para se manter formal, havendo uma única declaração por ano sobre o faturamento; Acesso a serviços bancários (inclusive crédito); Compras e vendas em conjunto; Redução da carga tributária; Controles simplificados (não há necessidade de contabilidade formal); Emissão de alvará pela internet; Cidadania; Benefícios governamentais; Assessoria gratuita; Apoio do técnico do SEBRAE na organização do negócio (FERNANDES, MACIEL e SOSSAI, 2010).

Nas palavras de Fernandes; Maciel; e Sossai (2010), o Microempreendedorismo Individual é uma forma renovadora e desburocratizante da legislação de pequenos negócios e serviços e do pagamento de um conjunto de impostos e contribuições, objetivando a regularização de muitos dos trabalhadores que ainda exercem suas atividades na informalidade.

2.3 Sobrevivência dos Microempreendedores Individual

Para Farah; Cavalcanti; e Marcondes (2018), o conhecimento é a base para um planejamento de sucesso, que é a maneira pela qual o Empresário Individual adota, afim de se antecipar e entender as mudanças e exigências no mercado de produtos e serviços.

Logo, uma empresa que procura agir de forma estratégica, procura avaliar o que pode acontecer no mercado em curto, médio e longo prazo; não espera o mercado agir, desenvolver diferenciais competitivos; antecipa-se às situações desfavoráveis e desenvolve produtos e serviços adequados ao mercado (FARAH, CAVALCANTI E MARCONDES, 2018).

O mercado atual, demanda a mudança do perfil dos gestores organizacionais que, atendendo às necessidades de uma sociedade em constantes e rápidas transformações, são forçados a buscar competências e condições para que suas organizações, não só sobrevivam, como sejam sustentáveis (GREATTI, 2003).

Portanto, os indicadores de gestão se tornam,eficazes,eficientes para manter uma organização ativa, mas também é valido ressaltar a importância da fidelização dos clientes principalmente quando falamos em micro empreendedores individual em pequenos municípios.

Uma das formas tradicionais e bem culturais na cidade de Dona Inês/PB de

fidelizar os clientes é o fiado² onde o comprador tem crédito na empresa de não pagar naquele exato momento e sim depois, onde entra a confiabilidade entre ambos, o empresário e o cliente. Além disso um bom produto e um bom serviço prestado são formas bem observadas pelos clientes e que pode ser fidelizada com o passar do tempo.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Pode-se definir método como o procedimento, ou o conjunto de procedimentos que servem para alcançar o fim da investigação (CIRIBELLI, 2003). Desta forma, o pesquisador, tem toda a liberdade de definir quais os melhores instrumentos vai utilizar para cada tipo de pesquisa a fim de obter resultados confiáveis e com possibilidades de serem generalizados para outros casos (PRAÇA, 2015).

3.1 Métodos

Quanto aos objetivos, a pesquisa do presente trabalho é classificada como descritiva, pois, expõe as características de determinada população ou fenômeno, estabelece correlações entre variáveis e define sua natureza (VERGARA, 2005).

A pesquisa quanto à abordagem é classificada como quantitativa, que se centra na objetividade. recolhidos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros. A pesquisa quantitativa recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, as relações entre variáveis, etc. (FONSECA, 2002).

Nesse contexto, as pesquisas quantitativas possibilitam testar hipóteses, analisar a realidade de forma objetiva e generalizar os resultados pesquisados por meio de procedimentos estatísticos, avaliando os dados obtidos no processo da investigação, com uso de recursos tecnológicos (computador, google forms e whatsapp) para auxiliar na descrição, análise, interpretação e apresentação dos resultados da pesquisa.

A pesquisa survey pode ser escrita como obtenção de dados ou informações sobre característica ou opiniões de determinado grupo de pessoas indicado como representantes de uma população por meio de instrumento de

² Comprado ou vendido a crédito. Disponível em [Fiado - Dicio, Dicionário Online de Português](#). Acesso em 20 de junho de 2022.

pesquisa, normalmente questionários (FREITAS, et al., 2000).

3.2 Pesquisa

Portanto, o objetivo da pesquisa é analisar os Microempreendedores Individuais de Dona Inês/PB para identificar se sua sobrevivência está relacionada com a diversidade dos produtos/serviços ofertados e a forma de pagamento dos clientes a empresa diante da realidade econômica local, por ser um pequeno município.

Diante disso, para amostra da pesquisa foi elaborado um questionário contendo 14 perguntas objetivas, aplicadas no período de 24 de outubro a 03 de novembro de 2022. O mesmo foi enviado via *WhatsApp*, obedecendo a disponibilidade dos microempreendedores individuais do município para o recebimento de suas respostas através da plataforma *Google Forms*.

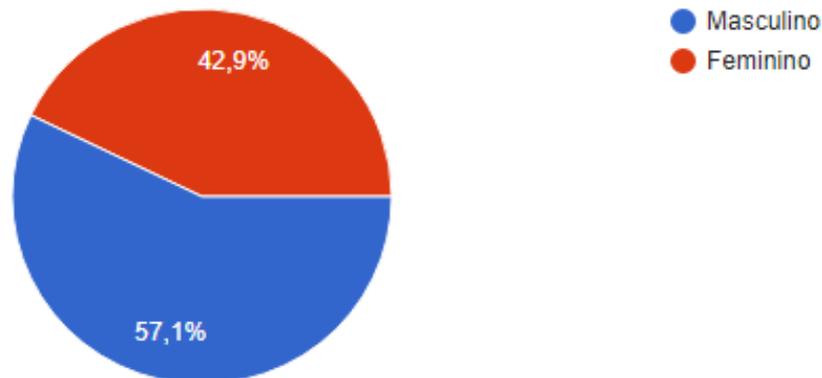
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A partir das informações coletadas nos questionários aplicados são apresentadas e discutidas as respostas de cada pergunta feita com os Microempreendedores Individuais ativos de Dona Inês – PB, para identificar se a sobrevivência dessa categoria está relacionada com a diversidade dos produtos/serviços ofertados e com a forma de pagamento dos clientes a empresa diante da realidade econômica local.

O questionário aplicado iniciou com perguntas que tratam a respeito das características dos MEIs, permitindo identificar o perfil destes, a partir das seguintes respostas:



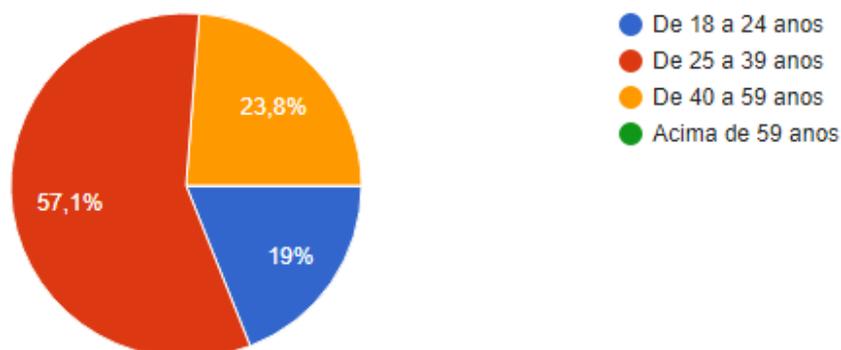
Gráfico 1 Qual o gênero do proprietário do negócio?



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Conforme demonstra o gráfico 1, do total de 21 entrevistados, 12 eram do gênero masculino e 09 do gênero feminino, em percentuais 57,1% dos proprietários de negócio eram do gênero masculino, em seguida 42,9% do gênero feminino, desta forma, percebe-se que mais da metade dos entrevistados são do gênero masculino.

Gráfico 2 Qual a faixa etária do proprietário do negócio?

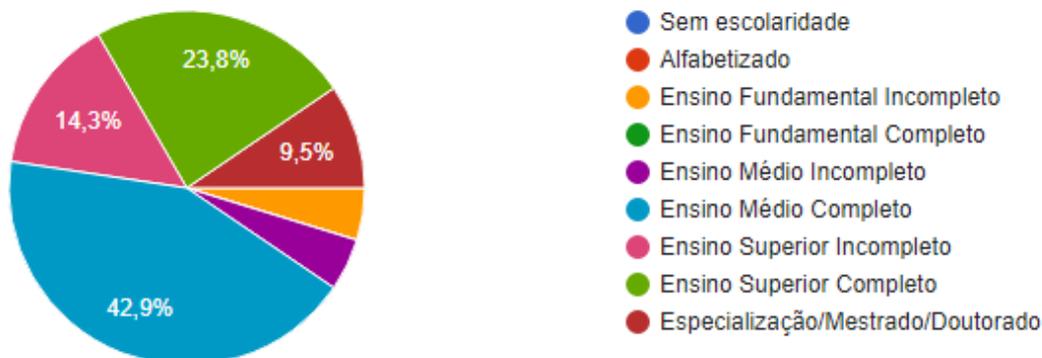


Fonte: Dados da pesquisa (2022).

O gráfico 2, mostra que dos entrevistados, 12 tem idade 25 a 39 anos, em percentuais 57,1%, em seguida 23,8% percentuais de idade entre 40 a 59 anos com 05 respostas, por fim 19% percentuais de idade entre 18 a 24 anos com 04 respostas, e não obteve nenhum percentual com mais de 59 anos de idade, percebendo que mais da metade estar entre 25 a 39 anos.



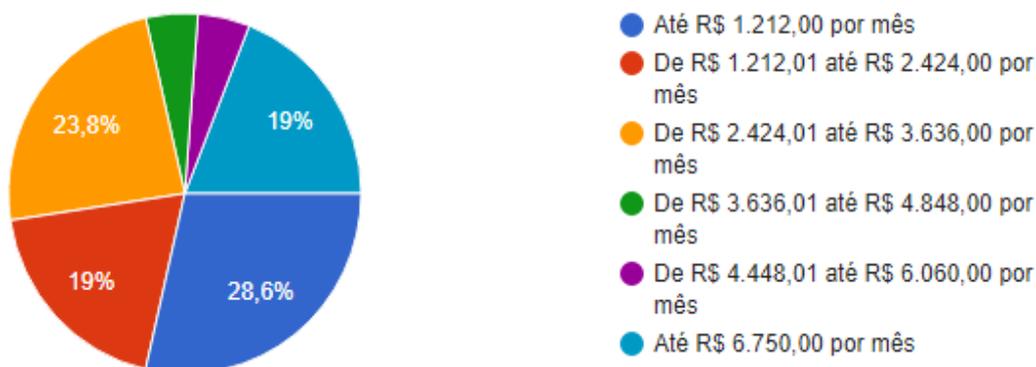
Gráfico 3 Qual o nível de escolaridade do proprietário do negócio?



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

No gráfico acima, 09 entrevistados tem ensino médio completo com 42,9% percentuais, em seguida com 05 respostas ou 23,8% responderam que tem ensino superior completo, logo após com 03 respostas ou 14,3% que tem ensino superior incompleto, com 9,5% percentuais ou 02 entrevistados responderam que tem especialização/mestrado/doutorado, por fim 4,8% com 01 resposta cada, disseram possuir ensino médio incompleto e ensino fundamental incompleto, podendo observar assim, que a maioria dos entrevistados tem escolaridade de ensino médio completo com 42,9% percentuais.

Gráfico 4 Em que faixa se enquadra o faturamento médio mensal do seu negócio?



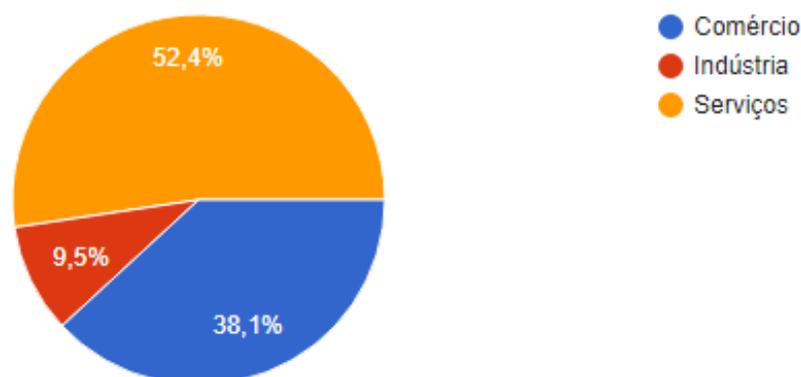
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Com 28,6% percentuais, ou seja, 06 entrevistados responderam que tem um



faturamento médio mensal de R\$ 1.212,00 por mês, em seguida com 23,8% e com 05 respostas tem um faturamento de R\$ 2.424,01 a R\$ 3.636,00, em seguida com 19% percentuais cada, e com 04 respostas cada fatura R\$ 1.212,01 a R\$ 2.424,00 e até R\$ 6.750,00 mensalmente, e por fim com 4,8% cada e com 01 respostas cada responderam que faturam R\$ 3.636,01 até R\$ 4.448,01 e R\$ 4.448,01 até R\$ 6.060,00, portanto pode se observar que maioria fatura R\$ 1.212,00 mensalmente e a outra boa parte fatura R\$ 1.212,01 até R\$ 2.424,00.

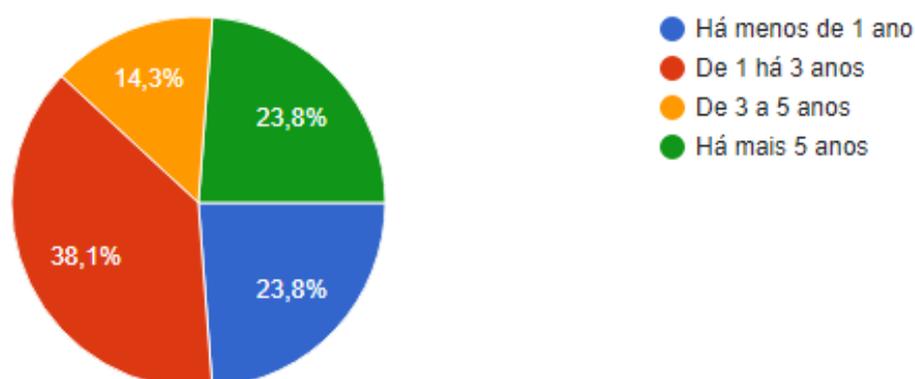
Gráfico 5 Em que ramo(s) de atividade o seu negócio atua?



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

O gráfico 5 mostra que 2,4% dos entrevistados prestam serviços e são MEIs, em seguida com 38,1% percentuais e com 8 respostas são comerciantes e por fim 9,5% percentuais com 2 industriais, desta forma, é observado que maior parte dos entrevistado são serviços.

Gráfico 6 Há quanto tempo é Microempreendedor Individual?

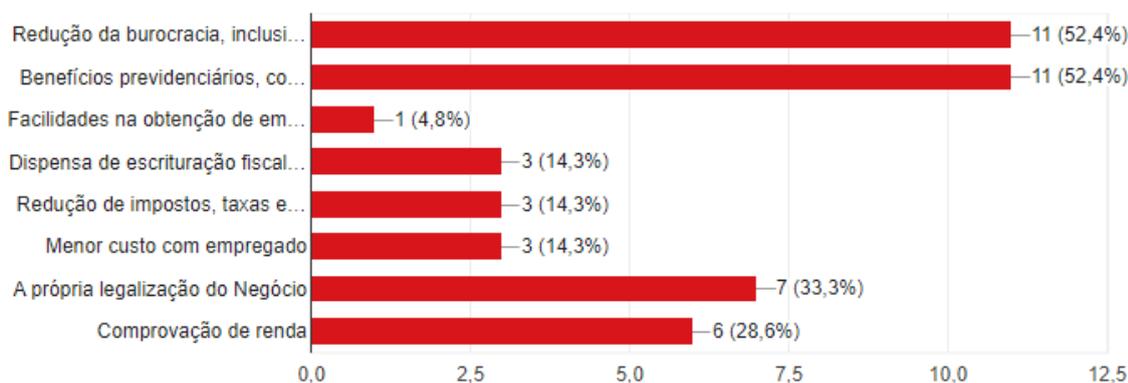


Fonte: Dados da pesquisa (2022).



Conforme o gráfico 6, do total de 21 entrevistados, 38,1% percentuais, estão de 1 há 3 anos no mercado como MEIs, em seguida com 23,8% percentuais e 05 respostas cada, estão a menos de 1 ano e a mais de 5 anos legalizados, respectivamente e por fim 14,3% estão de 3 a 5 anos, portanto pode se observar que a maior parte são de 1 a 3 anos que são legalizados com 38,1%, portanto boa bastante MEIs já consolidado no mercado segundo o sebrae.

Gráfico 7 Quais os principais motivos que o levaram a formalizar o seu negócio?
 (Citar um ou no máximo três)

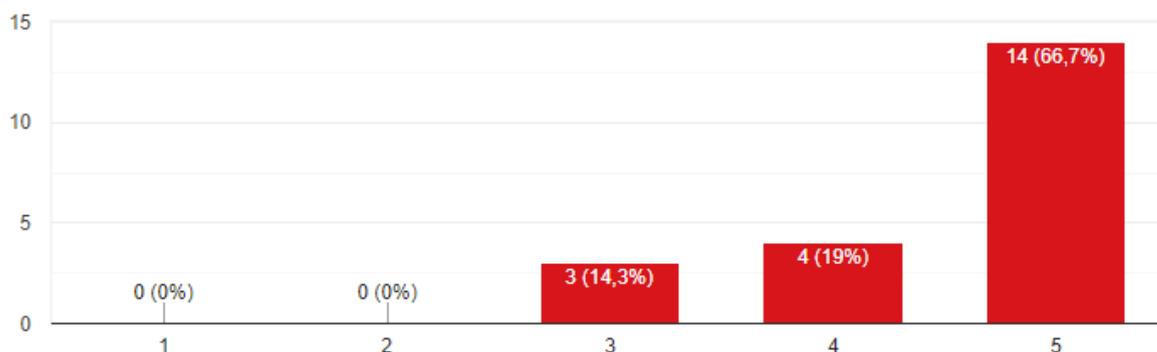


Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Conforme o gráfico acima, os dados apresentam que as maiores respostas foi a redução da burocracia e os benefícios que o MEI pode ter como aposentadoria, benefícios previdenciários e até empréstimos para novos investimentos no seu negócio, todos esses com 11 respostas cada uma ou seja 52,4% percentuais. em seguida, vem legalização do seu negócio com 33,3% das respostas, comprovação de renda 28,6% das respostas, 14,3% das respostas foram motivos de redução de impostos, menor custo com empregado e dispensa de escrituração e por fim 4,8% facilidades na obtenção de financiamentos bancários, podendo observar que a redução da burocracia e benefícios previdenciários são os motivos que levaram a formalização dos MEIs.



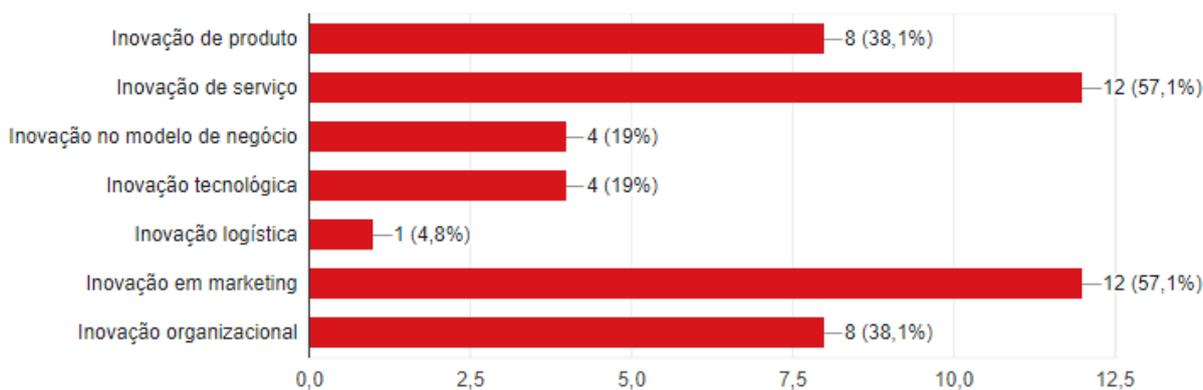
Gráfico 8 Busca sempre inovar o seu negócio?



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

O gráfico 8 mostra que o maior percentual foi de 66,7% concordando totalmente, em seguida 19% em escala 3 e por fim com 14,3% ou seja neutro, portanto é observado que não obteve nenhuma respostas de escala 1, então os MEIs sempre buscam inovar seu negócio.

Gráfico 9 Quais estratégias de inovação são aplicadas? (Citar um ou no máximo três)



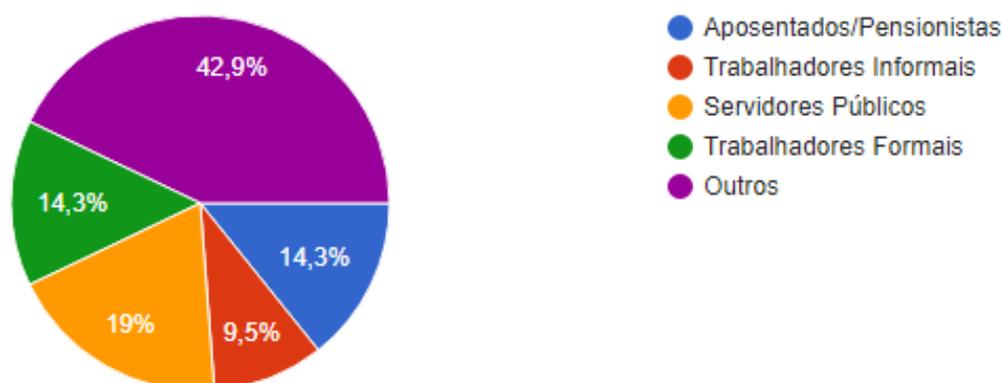
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Conforme o gráfico 9, com 57,1% inovação em marketing ou seja divulgação do seu negócio ou serviço prestado, logo depois com 57,1% inovação em serviço ou seja em conhecimentos e entre outros, depois com 38,1% estar inovação de produtos



e inovação organizacional, em seguida com 19% em inovação no modelo de negócio e inovação tecnológica e por fim 4,8% inovação em logística, podendo observar que inovação em marketing e inovação de serviço lideram as estratégias usadas pelos micros empreendedores.

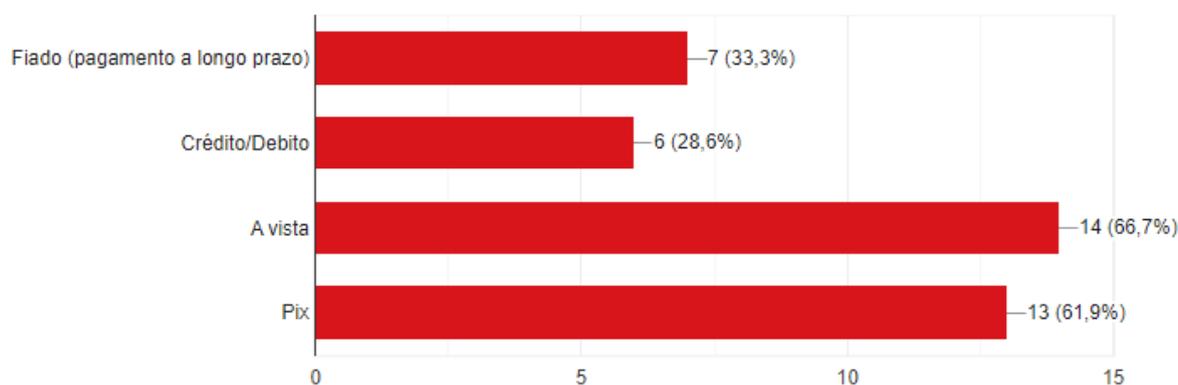
Gráfico 10 Qual seu maior público consumidor?



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Diante do exposto no gráfico 10, com total de 21 entrevistado, com 42,9% das respostas foram outros ou seja são MEI que prestam seu serviço para Prefeitura do município, em seguida foi 19% servidores públicos, logo depois com 14,3 são trabalhadores formais e aposentados e pensionistas, e por fim 9,5% são trabalhadores informais ou seja são o público dos comerciantes e industrias.

Gráfico 11 Das principais formas de pagamento, qual a mais utilizada no seu negócio? (Citar um ou no máximo três)

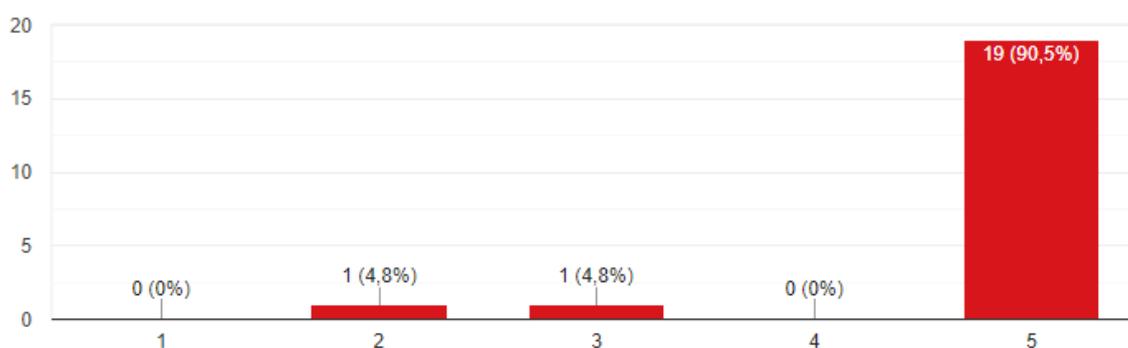




Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Conforme o gráfico 11, portanto com maior porcentagem foi modelo a vista com 66,7%, em seguida com 61,9% é por pix, logo depois vem o fiado com 33,3% que ainda é bem cultural no município essa forma de pagamento, e por fim modelo de pagamento no crédito e débito com 28,6%, podendo observar que a forma de pagamento pelos clientes são a vista e pix que torna-se uma ferramenta muito positiva para os microempreendedores, tendo em vista a segurança e facilidade.

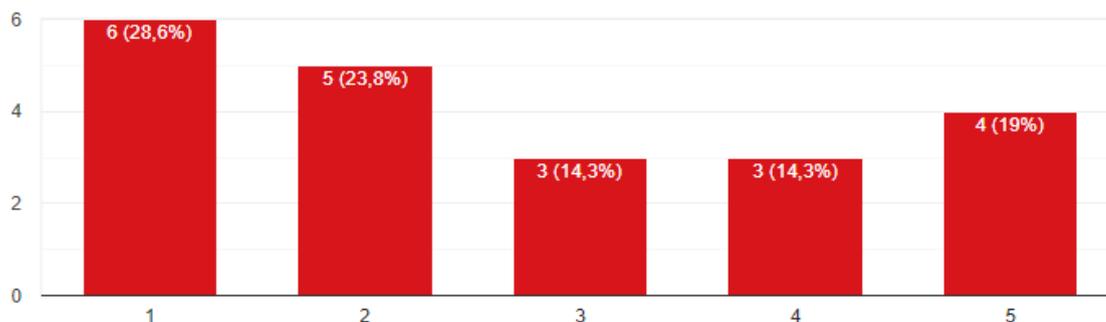
Gráfico 12 Você acha importante a fidelização de clientes?



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Diante do exposto no gráfico 12, dos microempreendedores entrevistados, 90,5% concorda totalmente com fidelização de clientes, o que contribui para que suas empresas vendam mais e consigam permanecer ativas no município.

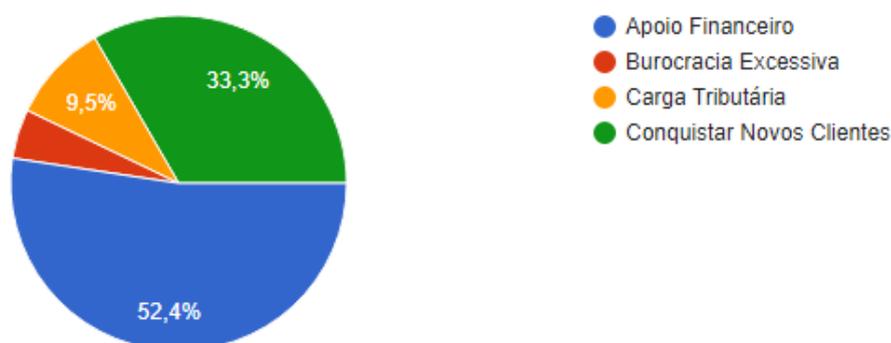
Gráfico 13 Você acha o fiado essencial como forma de fidelizar clientes?



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

O gráfico 13, mostra que as maiores quantidades de respostas foram na escala 1 e 2 discordando totalmente, tendo em vista que essas respostas são microempreendedores que trabalham para o governo municipal como prestadores de serviços, em seguida na escala 3, 4 e 5 são os comerciantes pois são eles que vendem fiado a população da cidade, sendo que para eles o fiado é sim importante para a fidelização dos clientes para sua organização.

Gráfico 14 Qual a maior dificuldade de manter sua empresa ativa no município?



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Diante do exposto no gráfico 14, com total de 21 entrevistados, 52,4% das respostas foram de apoio financeiro, em seguida 33,3% é conquistar novos clientes, 9,5% foi carga tributária e por fim 4,8% burocracia excessiva, portanto pode-se observar como é importante o apoio financeiro, seja no início de empreendimento ou durante e a conquista de clientes para fidelização do mesmo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O MEI vem se inovando e crescendo a cada ano, o que é bem relevante para essa classe de empreendedores, pois possibilita sua legalização e formalização do seu negócio, uma vez que no município se tem um total de mais de 200 MEIs ativos, além disso oferecendo direitos de contratar até um funcionário com Carteira de Trabalho assinada, direitos a aposentadoria e redução em impostos, entre outros impostos, estes, que variam entre 56,00 a 70,00 reais mensais e podendo faturar no máximo até 81 mil anualmente.

Observou-se nitidamente que os ramos e atividades dos MEIs foram os serviços com maior índice apontamento de 52,4% percentuais, em seguida foi comércio com 38,1% e por fim, com 9,5% as indústrias, cujo 57,1% desses empreendedores são do gênero masculino e 42,9% feminino, uma vez que 57,1% estão na faixa etária entre 25 a 29 anos.

Outro fator que foi observado são os públicos alvos desse micros empreendedores individuais, que são muitos importantes para sobrevivência dos seus empreendimentos. O maior público alvo foi outros com 42,9% ou seja, o governo municipal da cidade, que são os prestadores de serviços, como os pintores, pedreiros, entre outros, em seguida foi os servidores públicos com 19%, aposentados e trabalhadores formais com 14,5%, que estão diretamente como clientes dos comerciantes e das indústrias.

Além disso os MEIs tem uma visão de inovação nos seus negócios, pois, segundo a coleta de dados, as maiores inovações são em serviços, ou seja, em seus conhecimentos pessoais ou em melhoria de atendimento, inovação em marketing para atrair mais clientes e em seguida oferecendo o melhor produto e qualidade, para uma possível fidelização futura.

A busca por apoio financeiro e de conquistar novos clientes, foram as maiores dificuldades encontradas para que suas empresas permaneçam ativas, dificuldades essas, que são enfrentadas diariamente por esses empreendedores. Nesse sentido, a fidelização de clientes e o apoio financeiro se tornam os fatores mais importantes, segundo a pesquisa aplicada.

Uma vez que o microempreendedor conquistando cliente através de inovações, produtos e serviços de qualidade, no futuro, seu fluxo de caixa estará sempre positivo e seu faturamento aumentando, atendendo assim todas expectativas e conquistas dos MEIs, conseguindo manter suas empresas ativas mesmo com as dificuldades apresentadas.

Outro ponto em destaque é o fator limitante da pesquisa aplicada, que obteve 21 respostas, uma vez que o município possui mais de 200 microempreendedores individuais ativos, pois muitos desses não responderam ao questionário enviado, com perguntas objetivas a respeito de suas estratégias e faturamento, motivo esse, que levou a um número menor de respostas recebidas.

Portanto, esse trabalho acadêmico vem a ser um instrumento de apoio para pesquisas futuras quanto ao tema abordado, utilizando outras metodologias para

abranger um maior público de microempreendedores, enriquecendo e valorizando ainda mais a pesquisa.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, S. P. de; BOFF, C. D. S. **Ferramentas de planejamento para tomada de decisão aplicadas a um Microempreendedor Individual (MEI)**. Revista Contabilidade, Ciência da Gestão e Finanças, Serra Gaúcha/RS, v. 2, n. 1, p. 57-85, 2014. Disponível em: 1252-Texto do artigo-3589-1-10-20141009.pdf. Acesso em: 17 de junho de 2022.

BRASIL. Empresas & Negócios. Disponível em: Direitos e Obrigações —Português (Brasil) (www.gov.br). Acesso em: 22 de abril de 2022.

BRASIL. Lei Complementar nº. 128 de 19 de dezembro de 2008. Altera a Lei Complementar nº. 123, de 14 de dezembro de 2006. Disponível em: Lcp 128 (planalto.gov.br). Acesso em: 22 de abril de 2022.

CIRIBELLI, M. C. Como elaborar uma dissertação de Mestrado através da pesquisa científica. Marilda Ciribelli Corrêa, Rio de Janeiro: 7 Letras, 2003. Disponível em: Como elaborar uma dissertação de mestrado através da pesquisa científica - Marilda Corrêa Ciribelli - Google Livros. Acesso em: 12 de novembro de 2022.

ESPANHA, P. Microempreendedorismo popular e Economia Solidária: o sentido de uma mudança. Otra Economia, v. 4, n. 7, 2010. Disponível em: PH_OtraEconomia.pdf. Acesso em: 17 de junho de 2022.

FARAH, E. O. MARCONDES, L. P. CAVALCANTI, M. EMPREENDEDORISMO. Estratégia de Sobrevivência para pequenas empresas. 2ª Ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018. Disponível em: Empreendedorismo Estratégia de Sobrevivência para Pequenas Empresas - OSVALDO ELIAS FARAH, LUCIANA PASSOS MARCONDES, MARLY CAVALCANTI - Google Livros. Acesso em: 20 de junho de 2022.

FERNANDES, J. C.; MACIEL, L. B; SOSSAI, H. M. M. O Microempreendedor Individual (MEI): Vantagens e desvantagens do novo sistema. Belo Horizonte, 2010. Disponível em: Curriculum Vitae (newtonpaiva.br). Acesso em: 17 de junho de 2022.

FREITAS, H. et al. **O método de pesquisa survey**. Revista de Administração da Universidade de São Paulo, v. 35, n. 3, 2000. Disponível em: 1138_1861_freitashenriquerausp.pdf (clam.org.br). Acesso em: 21 de novembro de 2022.

FONSECA, J. J. S. da. Apostila de metodologia da pesquisa científica. João José Saraiva da Fonseca, 2002. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=oB5x2SChpSEC&oi=fnd&pg=PA6&dq=FONSECA,+J.+J.+S.+Metodologia+a+da+pesquisa+cient%C3%ADfica.+Fortaleza:+UEC,+2002.+Apostila.&ots=ORUW_x8oh6&sig=Oah9GGjjKu16Ut_oW09ZuuRJrAY#v=onepage&q&f=false. Acesso em:

15 de setembro de 2022.

GREATTI, L. **PERFIS EMPREENDEDORES: Análise comparativa das trajetórias de sucesso e do fracasso empresarial no Município de Maringá.** 2003. Disponível em: (PDF) Perfis empreendedores: análise comparativa das trajetórias de sucesso e do fracasso empresarial no Município de Maringá (livrosgratis.com.br). Acesso em 20 junho 2022.

MAISMEI. Disponível em: MEI (Microempreendedor Individual) em Dona Inês, PB | MaisMei. Acesso em: 20 de abril de 2022.

PORTAL G1 PARAÍBA. Disponível em: Número de MEIs cresce quase 103% em cinco anosna Paraíba, diz Sebrae | Paraíba | G1 (globo.com). Acesso em: 22 de abril de 2022.

PRAÇA, F. S. G. **Metodologia da Pesquisa Científica: Organização estrutural e os desafios para redigir o Trabalho de Conclusão.** Revista Eletrônica “Diálogos Acadêmicos”. Goiás/GO, v. 08, nº 1, p. 72-87, Jan-Jul, 2015. Disponível em: Microsoft Word - 5 - Metodologia da Pesquisa Científica - CORRETO PARA PUBLICAR (uniesp.edu.br). Acesso em: 13 de novembro de 2022.

QUARESMA, F. D.; SILVA, B. E. de H. **Microempreendedor Individual: A Utilização dos Indicadores de Desempenho para o Aumento da Produtividade.** 35f. Faculdade Doctum de João Monlevade Instituto Ensinar Brasil - Rede Doctum de Ensino. João Monlevade – MG, 2018. Disponível em: TÍTULO: SUBTÍTULO (doctum.edu.br). Acesso em: 18 de junho de 2022.

SEBRAE. Disponível em: Você sabe o que é um Microempreendedor Individual - MEI? - Portal do Sebrae SC (sebrae-sc.com.br). Acesso em: 22 de abril de 2022.

SEBRAE. **Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira.** 2014. Disponível em: Participacao das micro e pequenas empresas.pdf (sebrae.com.br). Acesso em: 20 de abril de 2022.

SILVA, A. C. da. **O Cenário das Micro e Pequenas Empresas e dos Microempreendedores Individuais na Economia Brasileira e seu Regime de Tributação.** 114f. Dissertação - Mestre em Ciências Empresariais, Universidade Fernando Pessoa, Porto, 2019. Disponível em: DM_Antônio Carlos da Silva.pdf (ufp.pt). Acesso em: 20 de abril de 2022.

SILVA, R. M. da; BASTOS, L. A. **Determinantes do empreendedorismo brasileiro: uma análise por setores.** Cadernos de Ciências Sociais Aplicados, Vitória da Conquista/BA, v. 19, n. 33, p.58, jan./jun, 2022.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2005. Disponível em: vergara-mc3a9todos-de-pesquisa-em-administrac3a7ao-sylvia-vergara.pdf (wordpress.com). Acesso em: 13 de novembro de 2022.