



CENTRO UNIVERSITARIO SENAI CIMATEC
PROGRAMA DE POS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU
GESTÃO E TECNOLOGIA INDUSTRIAL

Helimara Sacramento Amaral

**AVALIAÇÃO DE ATITUDES EMPREENDEDORAS DE
MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS**

Salvador
2018

HELIMARA SACRAMENTO AMARAL

**AVALIAÇÃO DE ATITUDES EMPREENDEDORAS DE
MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu do Centro Universitário SENAI CIMATEC como requisito para a obtenção do título de Mestre em Gestão e Tecnologia Industrial.

Orientadora: Profa. Dra. Camila de Sousa Pereira-Guizzo.

Salvador
2018

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca do Centro Universitário SENAI CIMATEC

A484a Amaral, Helimara Sacramento

Avaliação de atitudes empreendedoras de microempreendedores individuais /
Helimara Sacramento Amaral. – Salvador, 2019.

58 f.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Camila de Sousa Pereira-Guizzo.

Dissertação (Mestrado em Gestão e Tecnologia Industrial) – Programa de
Pós-Graduação, Centro Universitário SENAI CIMATEC, Salvador, 2019.

Inclui referências.

1. Microempreendedor. 2. Atitude empreendedora. 3. Empreendedorismo. I.
Centro Universitário SENAI CIMATEC. II. Pereira-Guizzo, Camila de Sousa. IV.
Título.

CDD: 658.421

HELIMARA SACRAMENTO AMARAL

**AVALIAÇÃO DE ATITUDES EMPREENDEDORAS DE
MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Gestão e Tecnologia Industrial, Centro Universitário SENAI CIMATEC.

Aprovada em 11 de setembro de 2018.

Banca Examinadora

Profa. Dra. Camila de Sousa Pereira-Guizzo – Orientadora _____
Doutorado em Educação Especial pela Universidade Federal de São Carlos, Brasil (2010)
Centro Universitário SENAI CIMATEC

Profa. Dra. Bruna Aparecida Souza Machado – Membro Interno _____
Doutorado em Biotecnologia pela Universidade Federal de Sergipe, Brasil (2015)
Centro Universitário SENAI CIMATEC

Profa. Dra. Sayonara Nobre de Brito – Membro Externo _____
Doutorado em Educação pela Universidade Federal da Bahia, Brasil (2011)
FIEB

Prof. Msc. Isailton Santos Reis – Membro Externo _____
Mestrado em Gestão Empresarial pela Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro,
Portugal(2013)
SEBRAE

Dedico este trabalho a minha mãe, a minha Maria.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha mãe, sempre presente e sendo meu suporte;

Ao meu pai que está ao meu lado em tudo que faço para o resto de minha vida;

Ao meu namorado e futuro marido que me entende e me incentiva nos estudos em dias ensolarados de domingo;

Aos meus amigos e família pelo apoio e compreensão pela ausência.

A minha orientadora, pelo estímulo e por me direcionar à pesquisa.

A empresa em que trabalho, em especial na pessoa de Daiana pelo apoio.

Aos professores, mestres, colegas e amigos que fiz durante o curso.

Ao SEBRAE, por facilitar a aplicação da pesquisa com os empreendedores.

À instituição Senai- Cimatec, por proporcionar o curso.

Às indústrias que participaram da avaliação, nas pessoas de seus gestores.

À todos que contribuíram direta e indiretamente para a realização desta pesquisa.

E principalmente agradeço a todos os microempreendedores individuais que desafiam a si mesmos, dia a dia, a todo o momento levando adiante seu negócio por acreditarem em seus sonhos. O meu sincero agradecimento e admiração.

RESUMO

O empreendedorismo é visto como meio para promover geração de empregos, crescimento da economia e distribuição da renda de um país. Cada vez mais profissionais de diversas áreas estão optando em empreender, ter o seu próprio negócio, sua própria renda, seja por oportunidade ou por necessidade. Nesse cenário, existem os microempreendedores individuais (MEIs), profissionais que se formalizaram e constituíram pequenos negócios, podendo também prestar serviços numa relação formal com seus clientes. Considerando que a lei que regulamenta o MEI é recente, percebe-se na prática algumas dificuldades em relação à prestação do serviço desse profissional, que variam desde a formalização e gestão do negócio até a capacidade de sobrevivência no mercado de trabalho. O objetivo deste estudo foi avaliar as atitudes empreendedoras do MEI de diferentes setores. Participaram do estudo 202 MEIs e 12 gestores de empresas do setor industrial, localizados no estado da Bahia. Os instrumentos de pesquisas utilizados na investigação foram: Questionário de Caracterização da Amostra; Instrumento de Medida de Atitude Empreendedora (IMAE); e Questionário de Expectativa do Serviço. As respostas obtidas com os MEIs foram analisadas por meio de estatística descritiva. As respostas dos gestores foram analisadas conforme tipo de questão. Para as questões fechadas foram analisadas as frequências. Para as questões abertas, foi realizado agrupamento das respostas, sendo que algumas foram explicitadas na íntegra. Quanto ao perfil dos MEIs desta pesquisa, a maioria é do sexo feminino, possui ensino superior e faixa etária entre 36 a 49 anos. A maioria relatou ter se formalizado MEI nos últimos três anos por oportunidade e possuir renda de até quatro salários. Quanto à avaliação da atitude empreendedora dos MEIs, os resultados indicaram que o fator Prospecção e Inovação apresentou maior frequência de itens críticos. Já o fator Gestão e Persistência obteve maior frequência de itens favoráveis para as atitudes empreendedoras. Além disso, os resultados desta pesquisa sugeriram alta expectativa do setor industrial pela contratação de MEIs, porém sinalizando a necessidade de melhoria no trabalho prestado por esses profissionais. Discutem-se as implicações desses resultados para o desenvolvimento profissional do microempreendedor e para a melhoria da gestão de seus negócios.

Palavras-chave: microempreendedor individual, atitude empreendedora, empreendedorismo.

ABSTRACT

Entrepreneurship is seen as a means to promote job creation, economic growth, and income distribution in a country. More and more professionals from different areas are choosing to undertake, have their own business, their own income, whether by opportunity or necessity. In this scenario, there are individual microentrepreneurs (MEIs), professionals who formalized themselves and formed small businesses, and can also provide services in a formal relationship with their clients. Considering that the law that regulates the MEI is a recent one, it is perceived in practice some difficulties in relation to the provision of the service of this professional, which vary from the formalization and management of the business to the survival capacity in the job market. The objective of this study was to evaluate the entrepreneurial attitudes of MEI from different sectors. A total of 202 MEIs and 12 managers of companies in the industrial sector, located in the state of Bahia, participated in the study. The research instruments used in the research were: Sample Characterization Questionnaire; Instrument of Measurement of Entrepreneurial Attitude (IMAE); and Service Expectation Questionnaire. The answers obtained with the MEIs were analyzed using descriptive statistics. The managers' responses were analyzed according to the type of question. For the closed questions the frequencies were analyzed. For the open questions, the answers were grouped together, some of which were fully explained. Regarding the MEI profile of this research, the majority are female, have higher education and age range between 36 and 49 years. The majority reported having formalized MEI in the last three years by opportunity and have income of up to four wages. As for the evaluation of the entrepreneurial attitude of the MEIs, the results indicated that the Prospecting and Innovation factor presented a higher frequency of critical items. On the other hand, the factor Management and Persistence obtained more frequency of favorable items for the entrepreneurial attitudes. In addition, the results of this research suggested a high expectation of the industrial sector by contracting MEIs, but indicating the need for improvement in the work performed by these professionals. The implications of these results for the professional development of the microentrepreneur and for the improvement of the management of their business are discussed.

Key words: individual microentrepreneur, entrepreneurial attitude, entrepreneurship.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Características dos MEIs.....	34
Tabela 2: Categorias das Atividades dos MEIs.....	36
Tabela 3: Motivos que levaram a formalização como MEI, relatados na categoria “Outros”.....	39
Tabela 4: Frequência dos itens do fator Prospecção e Inovação	40
Tabela 5: Frequência dos itens do fator Gestão e Persistência	41
Tabela 6. Principais reclamações da experiência na contratação de MEI na perspectiva de gestores do setor industrial.....	47
Tabela 7. Sugestão de habilidades do MEI que podem ser aprimoradas, na perspectiva de gestores do setor industrial.....	47

LISTAS DE FIGURAS

Figura 1: Motivos para o cadastro no MEI	38
Figura 2: Frequência na contratação dos serviços MEIs	45
Figura 3: Frequência de satisfação da indústria pelo serviço do MEI	46

LISTAS DE QUADROS

Quadro 1 – Síntese das Leis que beneficiam o MEI.....	22
---	----

LISTAS DE SIGLAS

CNAE - Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CNI – Confederação Nacional da Indústria
CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
Cofins - Contribuição para Financiamento da Seguridade Social
CSLL – Contribuição Social sobre Lucro Líquido
DAS - Documento de Arrecadação Simplificada
EPP - Empresa de Pequeno Porte
FAT - Fundo de Amparo ao Trabalhador
GE - General Electric
GEM – Global Entrepreneurship Monitor
ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços
IMAE – Instrumento de Medida de Atitude Empreendedora
IPI – Imposto sobre Produto Industrializado
IRPJ – Imposto de Renda de Pessoa Jurídica
ISS - Imposto sobre Serviços
ME - Microempresa
MEI – Microempreendedor Individual
MPE – Micro e Pequena Empresa
PIS/Pasep - Programa de Integração Social / Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público
PPGGETEC - MTCTI - Pós-graduação em Gestão e Tecnologia Industrial
SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresa
WWW - Word Wilde Web

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EMPREENDEDORISMO.....	17
2.2 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL.....	21
2.3 ATITUDE EMPREENDEDORA.....	26

3. MÉTODO

3.1 PARTICIPANTES.....	31
3.2 INSTRUMENTOS.....	31
3.3 PROCEDIMENTO DE COLETA DE DADOS.....	32
3.4 ANÁLISE DE DADOS.....	33

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 PERFIL DOS MEIS	34
4.2 ANÁLISE DAS ATITUDES EMPREENDEDORAS	39
4.3 ANÁLISE DA EXPECTATIVA DO SETOR INDUSTRIAL.....	44

5. CONCLUSÃO

REFERÊNCIAS.....	50
------------------	----

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo ocupa cada vez mais espaço e importância no desenvolvimento econômico, considerando as transformações e incertezas do mundo de trabalho. Essas transformações fomentam profissionais de diversas áreas a optarem por ter o seu negócio próprio, sua renda própria, sendo empreendedores por oportunidade, por necessidade ou por motivos diversos.

Nesse contexto de empreendedorismo estão incluídos os Microempreendedores Individuais (MEIs). O MEI é um tema atual e a legislação que o regulamenta no Brasil é relativamente recente (BRASIL, 2008). O MEI surgiu através de uma proposta do governo para incentivar o empreendedorismo, como um estímulo para formalização das pessoas que trabalham por conta própria em micro e pequenos negócios, como também na prestação de serviços de forma individualizada. Dessa forma, esses empreendedores possuem a opção de se formalizarem nas mais variadas áreas de maneira a se enquadrarem na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) mais adequada ao seu negócio (BRASIL, 2008; PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2009).

Dados até junho de 2018 revelam que todo o território nacional possui 7.047.538 MEIs cadastrados (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2018). Segundo o SEBRAE (2018, p.30), “os microempreendedores individuais são a subclasse dos pequenos negócios em mais franca expansão. (...) O Nordeste concentra o segundo maior grupo de MEI, com 18,3% do total”. Contudo, percebem-se na prática muitas dificuldades em relação à prestação do serviço deste profissional, que variam desde a formalização e gestão do negócio até a capacidade de sobrevivência no mercado de trabalho (SEBRAE, 2017).

Na literatura científica, nota-se também a importância de investir em pesquisas com MEIs a fim de produzir conhecimento na área, buscando entender características específicas dessa população e gerar subsídios práticos para a melhoria da gestão de negócios. De acordo com a revisão de literatura realizada por Amaral e Pereira-Guizzo (2017), os autores identificaram que as publicações de 2011 a 2016 sobre empreendedorismo foram aplicadas a diferentes contextos e objetivos, porém, apenas um estudo

foi relacionado ao MEI. Em outro estudo de revisão, Ferreira, Pinto e Miranda (2015) identificaram que empreendedorismo é um tema bastante eclético.

A inter-relação entre o empreendedor, seu negócio e o ambiente em que acontece é importante para perceber o espaço ideal a fim de desenvolver um empreendimento bem-sucedido. Além disso, é importante conhecer quais atitudes e comportamentos empreendedores são utilizados para gerir um negócio (ROCHA; FREITAS, 2014; RUPPENTHAL; CIMADON, 2012). A necessidade de conhecer as atitudes de empreendedores aumenta quando se tem um cenário em constante mudança no Brasil e no mundo. Isso porque empresas e profissionais precisam se desenvolver cada vez mais para acompanharem o ritmo de crescimento atual e se manterem competitivos num panorama de inovações, incertezas e exigências.

Nesse aspecto, as atitudes empreendedoras são reconhecidas na literatura como antecedentes do comportamento empreendedor, uma característica essencial para a competitividade de profissionais e empresas (MCCLELLAND, 1961; SOUZA et al, 2013). Segundo Souza et al. (2013, p.232), “quando se mensura a atitude das pessoas, pode-se explicar o comportamento empreendedor, ou seja, a decisão de criar negócio, de inovar e de agregar valor a empreendimentos, processos e produtos em organizações”. Diversos estudiosos vêm se dedicando ao tema a fim de entender tais atitudes e o impacto delas sobre a gestão de empresas (GIMENEZ; GIMENEZ, 2010; LOPES JR; SOUZA, 2005; PEDROSA; SOUZA, 2009).

Pesquisas como as de Amaral e Pereira-Guzzo (2017), Ferreira, Pinto e Miranda (2015) e Souza et al. (2013) sugerem a relevância científica desta investigação, considerando a necessidade de produzir mais conhecimentos sobre os MEIs, inclusive em medidas que avaliem as atitudes empreendedoras dessas pessoas que estão empreendendo a fim de contribuir para o desenvolvimento profissional e, conseqüentemente, para a melhoria dos serviços prestados. Nessa perspectiva, o problema de pesquisa deste estudo é: os MEIs possuem atitudes empreendedoras favoráveis para a gestão de seus negócios?

Dessa forma, o objetivo geral desta pesquisa foi o de avaliar as atitudes empreendedoras dos MEIs de diferentes setores. Os objetivos específicos são: a) caracterizar o perfil do MEI em relação às variáveis sociodemográficas; b)

analisar itens favoráveis e itens críticos nas atitudes empreendedoras; c) avaliar a expectativa do setor industrial pelo serviço dos MEIs.

A relevância social deste trabalho está em poder colaborar com órgãos governamentais, empresas contratantes e com os MEIs. O setor industrial, por exemplo, surge como um contratante capaz de ampliar o campo de distribuição dos produtos/ serviços oferecidos pelos MEIs. Contudo, é necessário identificar a satisfação do trabalho que vem sendo prestado pelos MEIs. Esses resultados podem direcionar as necessidades de capacitação profissional, buscando trabalhar o empreendedorismo dos MEIs por meio de suas atitudes empreendedoras a fim de auxiliá-los na gestão e no progresso de suas atividades econômicas.

Este trabalho está organizado em forma de capítulos. No primeiro capítulo consta uma introdução onde são apresentadas informações sobre o contexto do estudo, problema, objetivos e importância da pesquisa. O segundo capítulo apresenta o embasamento teórico para a investigação realizada. Nos capítulos subsequentes estão descritos o método aplicado na pesquisa e os resultados encontrados. O encerramento apresenta as considerações finais sobre a pesquisa e propostas para novas investigações.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo de revisão de literatura está dividido nos seguintes tópicos: Empreendedorismo, Microempreendedor Individual e Atitude Empreendedora.

2.1 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo deve ser pensado como um meio de gerar e distribuir riquezas, promover o desenvolvimento econômico e benefícios diversos para a sociedade (DOLABELA, 1999; DORNELAS, 2008). Com um enfoque econômico Schumpeter (1949) define que o empreendedorismo surgiu como uma forma de destruir a ordem econômica existente através de novos produtos e serviços, com novas maneiras de organização, recursos e materiais, ou, ainda, uma nova forma de organização industrial. Schumpeter foi o primeiro a abordar o empreendedorismo associado à inovação e a importância dos empreendedores para o desenvolvimento econômico.

Para Baron (2006), o empreendedorismo faz parte de um processo onde são levados em consideração tempo e mudança. Este processo possui fases que o autor agrupou em níveis como: individual, grupal e societal. O nível individual é um fator que relaciona experiência, cognições e características empreendedoras; já o nível grupal possui fatores que relacionam o envolvimento desses empreendedores com outras pessoas, tamanho e qualidade de suas redes sociais; e o nível societal envolve ambientes sociais onde esses profissionais exercem suas atividades, como ambientes políticos, econômicos e sociais. Assim o indivíduo passa pelas fases de evolução circulando pelos níveis de forma contínua.

De acordo com Dornelas (2008), a criação de negócios se dá pelo envolvimento de pessoas em conjunto com a transformação de ideias em oportunidades. O empreendedor é a pessoa que consegue calcular riscos, está atento às oportunidades para gerar lucro sobre seu negócio, como também é aquele que cria o novo, novos negócios, novas empresas, novos cenários. Dornelas (2008) destaca habilidades específicas para o empreendedor, como: ousadia, ânimo e responsabilidade. Bessant e Tidd (2009) também destacam

um conjunto de habilidades básicas que inclui: planejamento e gerenciamento de projeto em um cenário de inseguranças, trabalho em equipe, habilidades para trabalhar com outros indivíduos em condições de incertezas, liderança estratégica, capacidade de ter visão e compartilhá-la.

O empreendedor surge como a pessoa que introduz uma inovação no sistema econômico visando obter lucro provindo de investimentos. O papel que o empreendedor exerce hoje nas organizações é importante para disseminar a cultura empreendedora em todos os níveis, como um executivo assumindo a gestão de uma grande empresa. Como exemplo, Jack Welch implantou na GE (General Electric) programas que permitiram gerentes perder o medo de implementar ideias de *stock options* em vários níveis, criando também o programa de *benchmark* de melhores práticas para fomentar ideias. Espaços de reuniões eram utilizados para acelerar processos de avaliações de desempenhos, *feedbacks*, diminuição de barreiras organizacionais e melhoria da comunicação nas áreas (SCHUMPETER, 1949; DORNELAS, 2008).

Filion (1999), em seu estudo, realiza uma distinção entre empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. O autor observa que as pessoas podem ter um papel empreendedor sem nunca terem sido gerentes proprietários de pequenos negócios. As pessoas que trabalham em grandes corporações podem possuir comportamentos empreendedores. O autor ainda identifica o empreendedor como uma pessoa criativa, capaz de detectar oportunidades de negócios.

Segundo o relatório publicado pela GEM (2016), empreendedores formalizados têm aumentado anualmente desde 2011. A população brasileira também vem tornando-se positivo para o empreendedorismo, cerca de um quarto dos adultos planeja iniciar um negócio nos próximos três anos. O relatório também menciona um aumento nos registros de empresa por MEIs. Apesar do otimismo do povo brasileiro, existe muita burocracia e altos impostos o que limita os empresários investirem em infraestrutura e pesquisa e desenvolvimento.

Um papel fundamental do empreendedorismo é o estudo dos motivos que levam o profissional a empreender, sejam por oportunidades, necessidades ou outros. Baron (2006) define oportunidade como um meio percebido de gerar valor econômico, ou seja, lucro que anteriormente não foi

explorado e não está atualmente sendo explorado por outros, já o reconhecimento de oportunidade é definido pelo autor como um processo cognitivo ou, processos através de indivíduos que identificaram uma oportunidade, que fazem sentido ao que é inovador. A cognição para Baron (2006) é um fator influenciador na percepção de uma oportunidade para empreender, assim como a inteligência e a criatividade também são aspectos importantes da cognição de um empreendedor e exercem papel de destaque perante outros profissionais. Outros fatores, como busca ativa e passiva, alerta e reconhecimento prévio, desempenham papel fundamental no reconhecimento de uma oportunidade (BARON, 2006).

Ruppenthal e Cimadon (2012) realizaram um estudo sobre o processo empreendedor em empresas criadas por necessidade, onde sugerem um modelo de atuação empreendedora que possa orientar outros empresários em situações semelhantes. Os autores acreditam que quando a motivação da criação da empresa é a necessidade o risco de insucesso aumenta muito. O modelo sugerido indica ações e objetivos desejáveis para o desenvolvimento de competências gerenciais que atendam demandas empresariais a partir do impulso empreendedor.

Outros motivos podem intervir na decisão de criação de uma empresa. Os motivos oportunidade e necessidade podem extrapolar a lógica binária e serem reagrupados em seis componentes: influência familiar, atributos/expectativas pessoais, ambiente externo/mercado de trabalho, influência externa/ de terceiros, insatisfação com emprego e oportunidade. A oportunidade e a necessidade não abarcam o conjunto de motivações para a abertura de uma empresa (VALE; CORREA; REIS,2014).

Com relação à sobrevivência e longevidade de empresas, Oliveira, Castro Silva e Araujo (2014) avaliaram se a presença de características comportamentais em proprietários de Micro e Pequenas Empresas do Vale do Mucuri e Jequitinhonha em Minas Gerais é determinante para a longevidade dessas empresas. Os autores constataram que quanto maior o valor atribuído pelo respondente sobre “Ser independente e autoconfiança” e “Relacionamento pessoal e liderança”, mais próximo este estará do grupo de empreendedores experientes. As características comportamentais empreendedoras não se mostraram determinante para a continuidade das micro e pequenas empresas,

mas pode contribuir para a longevidade das empresas se essas características forem refletidas nas ações dos seus proprietários.

Em outra pesquisa, Ferreira et al (2012) estudaram a mortalidade precoce de micro e pequenas empresas com gestores da cidade de São Paulo que encerraram suas atividades. O estudo revelou que não existe um fator específico que possa responsabilizar isoladamente o encerramento precoce das atividades das empresas. Foi observado que o desempenho do empreendedor influencia no desempenho da empresa e em sua sobrevivência ou morte. O estudo ainda identificou que 75% deles nunca haviam trabalhado em nível de gerência ou diretoria antes de abrir a sua empresa e 81% não realizaram nenhum tipo de planejamento antes da abertura da empresa.

Outros autores, como Ayala e Manzano (2014), analisaram os efeitos das atitudes voltadas para gestão, estudando o fator resiliência. Descobriram que em proprietários de pequenas empresas a resiliência pode ajudar o sucesso empresarial e influencia o empreendedorismo. Ao analisar três dimensões que ajudam a prever o sucesso empresarial (robustez, desenvoltura e otimismo), identificaram que o otimismo no sucesso dos seus negócios é maior para mulheres do que para homens. Por sua vez, Bernat, Lambardi e Palacios (2017) e Lechner et al.(2018) comentam que os homens tendem a ter aspirações empreendedoras e de lideranças mais altas que as mulheres.

Com a preocupação de desenvolver habilidades de empreendedores, Bernardo e Araújo (2016), Lima et al. (2015) e Steiner (1998) realizaram estudos em instituições de ensino superior. O objetivo desses autores em suas pesquisas foi propor métodos de gestão nas instituições de modo que fossem desenvolvidas as habilidades e atitudes não técnicas ligadas à gestão. O intuito foi qualificar esses estudantes para atender necessidades do mercado e desenvolver habilidades empreendedoras para serem profissionais mais preparados, mesmo que eles não optem pela carreira empreendedora. A educação empreendedora assume uma responsabilidade quanto à capacitação de futuros e atuais empreendedores, desenvolvendo habilidades técnicas e gerenciais para formação de melhores empresários, para que possam contribuir para o progresso econômico e social do país (BERNARDO; ARAUJO, 2016).

Reis (2015) apresenta a importância da educação empreendedora voltada à capacitação e práticas de comportamento empreendedor. No estudo, o autor avalia o impacto do Empretec, programa de capacitação empreendedora criado pelo SEBRAE com objetivo de desenvolver as potenciais características empreendedoras na gestão de pequenos negócios. Os resultados mostraram que a capacitação e os comportamentos empreendedores praticados no Empretec influenciam positivamente nas práticas de gestão de pequenas empresas. Assim a característica dos empreendedores tem efeito significativo sobre o sucesso dos negócios de pequenas empresas.

Certamente o investimento do tema empreendedorismo em diversas áreas é cada vez mais importante para o desenvolvimento do país. Reconhecendo essa importância do empreendedorismo e direcionando especificamente para microempreendedor, um ponto de extrema relevância é a possibilidade de reconhecer e aprimorar as atitudes empreendedoras para o desenvolvimento do profissional e a sobrevivência do empreendimento. Gerir o negócio que escolheu atuar para atender seus clientes com mais qualidade tornando seu produto/serviço um diferencial competitivo é o desejo do microempreendedor, que deve estar em constante atualização.

2.2 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL

O MEI é considerado um microempresário que atende a legislação de ter faturamento limitado a R\$ 81.000,00 por ano, não participe como sócio, administrador ou titular de outra empresa, contrate no máximo um empregado e exerça uma das atividades econômicas previstas na lei que o regulamenta (BRASIL, 2016). O MEI é uma categoria de pessoa jurídica criada pelo governo para retirar trabalhadores da informalidade, garantir direitos trabalhistas e aumentar a receita do Estado.

Dessa forma, a maior finalidade ao beneficiar o empreendedor é promover o desenvolvimento nacional favorecendo micro e pequenas empresas. No Quadro 1 é apresentado uma síntese das três principais leis que retratam o MEI.

Quadro 1 – Síntese das Leis que beneficiam o MEI.

LEIS			
Critérios	123 de 2006	128 de 2008	155 de 2016
Favorecidos	Institui a Lei Geral da Microempresa (ME), favorece o Microempresário ME e empresa de Pequeno Porte (EPP) e Cria o Simples Nacional;	Cria o Microempreendedor Individual (MEI)	(MEI) (ME) e (EPP)
Faturamento	R\$ 360 Mil/ano (ME) e R\$ 3,6 Mi/ano(EPP)	R\$ 60 Mil/ano (MEI)	R\$ 81 Mil/ano (MEI) R\$ 360 Mil/ano (ME) R\$ 4,8 Mi/ano (EPP)
Objetivo	Gerar empregos, estimular a formalização, promover a inovação tecnológica, ampliar a competitividade, promover a distribuição de renda, realizar inclusão social, desoneração da carga tributária, eliminar burocracia.		Reorganizar e simplificar a metodologia de apuração do imposto devido por optantes do Simples Nacional.
Benefícios	Obtenção de alvará, facilidades para abertura de empresa, abertura de conta bancária e linhas de créditos, registro CNPJ, redução da contribuição previdenciária.	Além dos benefícios da Lei 123; Benefício Previdenciário; Contratar apenas um empregado com salário limitado ao mínimo vigente; Vender seu produto ou serviço para pessoas físicas, empresas e governo, com emissão de notas fiscais. (para pessoa física, o MEI fica desobrigado desta emissão.)	Além dos benefícios da lei 128, favorecer o crescimento do MEI
A quem se destina	A sociedade empresária, a sociedade simples e o empresário devidamente registrado no Registro de Empresas Mercantis ou no Registro Civil de Pessoas Jurídicas.	Pessoas que trabalham por conta própria, como autônomas.	MEI, EPP e ME.

Fonte: BRASIL (2006, 2008, 2016)

Quadro 1 – Síntese das Leis que beneficiam o MEI (continuação).

LEIS			
Critérios	123 de 2006	128 de 2008	155 de 2016
Obrigações	Um único pagamento calculado pela aplicação de um percentual sobre a receita bruta da sua atividade. O percentual é determinado a partir de tabelas previstas nos anexos da Lei Complementar nº 123/06 e varia conforme o tipo de receita, a atividade e o porte da empresa.	Taxa mensal, 5% do salário mínimo para o INSS do segurado empresário, mais R\$ 1 Imposto para Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) e/ou R\$ 5 (cinco reais) de Imposto sobre Serviços (ISS) - caso esteja sujeito. Isenção – MEI sem empregados não pagará: IRPJ, CSLL, IPI, INSS Patronal (CPP), PIS e COFINS. Não pode participar em outra empresa como sócio ou titular.	Não mudou, varia de acordo com o salário mínimo vigente.

Fonte: BRASIL (2006, 2008, 2016)

Conforme síntese apresentada das leis (Quadro 1) nota-se que ao longo dos últimos 12 anos muitas ações foram tomadas para beneficiar os empreendedores, principalmente o empreendedor autônomo, que trabalha por conta própria. A criação do Simples Nacional (recolhimento unificado dos tributos) é uma ação em favor do país, visando com isso desburocratizar, desonerar, desenvolver a inovação e gerar oportunidades.

De acordo com os dados do portal do empreendedor, o município de Salvador possui 124.944 MEIs cadastrados e o município de Feira de Santana possui 22.626, onde somados são 147.570 MEIs. O estado da Bahia possui 389.722 MEIs, cadastrados até 30 de junho de 2018 (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2018).

Pesquisa realizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE (2017) apresentou o seguinte perfil para os MEIs em âmbito nacional: a maior parte é do sexo masculino (54%), renda média mensal até quatro salários, escolaridade ensino médio completo e idade de 30 a 39 anos. As principais motivações para o empreendedor se formalizar

como MEI foram: possuir uma empresa formal com 26%, ter o benefício do INSS com 26%, possibilidade de emitir nota fiscal 12%. Ao se formalizar e possuir CNPJ, o MEI pode participar de relações negociais com outras empresas, ainda assim sua participação é muito tímida, 54% nunca realizaram negócios com outras empresas, seja com a venda de produtos ou prestação de serviços. Com relação a adimplência no país, considerado o período de 24 meses sem pagamento do DAS (Documento de Arrecadação Simplificada), 54,4% são adimplentes e 45,6% são inadimplentes (SEBRAE, 2016a).

O Ministério do Trabalho e Emprego criou alguns programas de fomento ao empreendedorismo para que o empreendedor possa melhorar seu negócio. Esses programas visam liberar fundos como o FAT - Fundo de Amparo ao Trabalhador, por exemplo, que tem como objetivo prover assistência financeira ao trabalhador desempregado, como também disponibilizar Microcrédito destinado a empreendedores que precisam de valores pequenos com o objetivo de ampliar ou aprimorar o seu empreendimento (BRASIL, 2017). Não apenas os MEIs são beneficiados com o programa, o governo é o principal favorecido, pois arrecada tributos e impostos que serão investidos em melhorias sociais. Com uma série de benefícios e facilidades esse programa vem abrir portas para o profissional que busca empreender e sair da ilegalidade.

Com relação ao modelo de negócios mais adequado para ser aplicado ao MEI, nota-se que não existe tanta diversidade em modelos de negócios, pois são ocupações individualizadas. Por exemplo, a gestão para um padeiro é diferente da gestão para um artesão. No entanto, o SEBRAE sugere enfaticamente a necessidade de realização de cursos e disponibiliza também o *Business Model Canvas*. Além de oficinas e cursos para aprimoramento da gestão.

O Canvas é sugerido por ser conhecido como uma ferramenta de planejamento estratégico, que ajuda no desenvolvimento de novos negócios, direcionando de forma muito simples os fluxos, processos e a visualização do negócio, ou seja, na modelagem do negócio (TORTATO, 2013). Para o dia a dia, além de possuir conhecimentos sobre ferramentas, são essenciais outros conhecimentos para conduzir o seu micronegócio, como entender como funciona a gestão do fluxo de caixa, formação de preço do seu produto ou

serviço, manter a qualidade, entender a legislação vigente, entre outros assuntos. Os cursos de formação e treinamentos, oferecidos por instituições de ensino superior (BARBA-SANCHEZ; ATIENZA-SAHUQUILLO, 2018; LUTHJE; FRANKE, 2003) e pelo SEBRAE, como por exemplo, o Empretec (REIS, 2015), podem ajudá-lo a aprimorar atitudes empreendedoras comportamentais e técnicas que serão essenciais para gestão do negócio.

Araújo e Castro (2017) procurou investigar a relação existente entre as competências empreendedoras e os MEIs do município de Barbacena em Minas Gerais. A pesquisa identificou que na amostra investigada a maioria das pessoas é do sexo feminino, com faixa etária de 25 a 29 anos e com ensino médio completo. O tempo de formalização foi de até dois anos. O principal motivo foi oportunidade de realizar o sonho de ter o próprio negócio, como também abrir empresa pelos benefícios previdenciários que são oferecidos com preços mais baixos. A persistência foi o principal destaque das competências, por conta da necessidade de lidar com imprevisibilidade, tolerância ao risco, instabilidade financeira. As competências menos presentes foram: correr riscos, planejamento e monitoramento sistemático. Assim, o estudo mostrou que ainda é necessário um apoio maior aos microempreendedores por parte do governo, do SEBRAE e de redes bancárias. Ampliação das ações para que o MEI possa sentir-se mais confiante para correr riscos, capacitação para controlar e planejar as atividades de sua empresa e assim conseguir um sucesso empresarial.

Portugal et al. (2017) realizaram um estudo com MEIs na cidade de Varginha (Minas Gerais), com o objetivo de compreender os seus padrões de gerenciamento sustentável. Da amostra pesquisada, a maior parte era do sexo masculino (50,1%) e possuía de 4 a 5 anos de existência como MEI. A faixa etária variou entre 26 a 35 anos, com ensino médio completo. A principal atividade deles foi o comércio, seguido de indústria. A pesquisa destacou que os MEIs mais jovens, como também com escolaridade mais altas tendem a possuir compromissos maiores com ações e percepções sobre sustentabilidade. Os aspectos que se destacaram em suas percepções foram ações voltadas à preservação ambiental que podem melhorar condições de vida e o bem-estar das pessoas proporcionando vantagens para a empresa frente à concorrência para o futuro.

Outro estudo realizado por Behling et al. (2015) em Santa Catarina identificou que 53,9% são do sexo masculino, 87,5% com faixa etária entre 21 e 60. O ramo de atuação difere entre masculino e feminino. Para os homens foram encontradas atividades voltadas à construção civil, obras de alvenaria, pintura, manutenção elétrica e hidráulica e a manutenção de veículos. Para as mulheres as atividades mais encontradas são tratamentos de beleza, facção, confecção e comércio de alimentos em mercearias ou prontos para consumo. A pesquisa também identificou que 12% das empresas catarinenses migraram para MEI como uma saída menos onerosa de manter-se legalizados, sendo estes com idades acima de 61 anos. O autor explica que essa mudança pode se dar devido a idade avançada que reduz o ímpeto do empreendedor buscando uma empresa menor com limitação de crescimento.

Para gerir o negócio, o MEI, além das ferramentas de gestão, apoio da legislação, do governo, do SEBRAE, da indústria, o empreendedor necessita de habilidades e conhecimentos diversos sobre sua empresa, para administrá-la no dia a dia. Deve estar preparado para gerir conflitos, aprender a liderar, ter autonomia e pensar no futuro. E para tudo isso precisará principalmente de atitude empreendedora.

2.3 ATITUDE EMPREENDEDORA.

As pessoas são os recursos mais importantes das organizações e identificar nelas comportamentos e atitudes é um importante indicador para o desenvolvimento do negócio. Para Kao (1989), é necessário ter atitude para a ação de empreender, de sair do campo da imaginação para a ação, pois o comportamento é influenciado pela intenção de executá-lo, baseando-se em suas crenças pessoais. A atitude inclui avaliações positivas ou negativas, favoráveis ou não, baseadas em emoções, crenças, experiências passadas e comportamentos manifestos em relação às pessoas, aos objetos e aos fatos (TORRES; NEIVA, 2011). Segundo Souza et al. (2013, p. 232), “em função de atitudes, avaliam-se sentimentos, ações e escolhas que são, pois, elementos importantes na explicação do comportamento humano, principalmente por se constituírem em poderosos preditores desse comportamento”.

A atitude pode ser em relação a diferentes contextos e, aplicado ao contexto empreendedorismo, o conceito atitude empreendedora é definida por Lopez Jr e Souza (2005, p. 4) como “a predisposição apreendida para se comportar, ou não, de maneira empreendedora”. Por meio da avaliação da atitude empreendedora das pessoas é possível explicar comportamentos empreendedores, como: decisão de montar negócio, a busca pela inovação e em agregar valor aos empreendimentos (SOUZA et al., 2013). Decisões como estas estão cada vez mais desafiantes, uma vez que os negócios mudam constante e continuamente, e novos comportamentos empreendedores são necessários para manter-se atualizado e competitivo no mercado (LOPES JR; SOUZA, 2005).

A Teoria do Comportamento Planejado fundamenta a atitude empreendedora, que é esclarecida por meio de três crenças: Crenças Comportamentais, que supõe influenciar as atitudes comportamentais; Crenças Normativas que constitui as normas subjetivas (São as influências causadas pela pressão social de pais, amigos, grupos de referência, cultura, opinião pública e instituições sobre o comportamento dos indivíduos) e Crenças de Controle que fornecem a base para percepções de controle comportamental (depende somente da vontade do indivíduo e não de fatores externos). A força da intenção é maior à medida que as normas subjetivas e o controle comportamental percebido são favoráveis ao comportamento considerado, o que torna o indivíduo mais inclinado a realizá-lo (AJZEN, 1991).

Para avaliar atitude empreendedora Lopes Jr. e Souza (2005) realizaram um estudo com o objetivo de criar um instrumento de medida para identificar atitude empreendedora. O instrumento foi validado e intitulado Instrumento de Medida da Atitude Empreendedora – IMAE com 36 itens, e com dois fatores: Prospecção e Inovação e Gestão e Persistência. A pesquisa foi realizada com proprietários-gerentes de pequenas empresas de varejo e identificou que para a amostra de validação houve uma tendência mais forte para as atitudes empreendedoras de Gestão e Persistência. Os autores justificam o resultado pela composição da amostra, composta de pequenos empresários de varejo e serviços, mecânicos e profissionais de beleza, que na busca da lucratividade e manutenção do seu negócio respondem à falta de recursos com persistência e determinação. Os resultados relativos ao fator Prospecção e Inovação foram

justificados pelas características dos empresários, que utilizam a Inovação e atividade de planejamento como segundo plano, já que estão diretamente envolvidos na execução do negócio. Embora os resultados sejam confiáveis, os autores sugerem que o instrumento seja aplicado em outros contextos diferentes do estudado.

Utilizando o instrumento de medida de atitude empreendedora (IMAE), Pedrosa e Souza (2009) identificaram atitudes empreendedoras em gerentes de pequenos e grandes hotéis do setor hoteleiro do Distrito Federal. No estudo foi encontrada alta atitude empreendedora voltada para a realização, tanto em gerentes de pequenos quanto de grandes hotéis. Gestores de pequenos hotéis planejam, inovam e fazem mais sacrifícios pessoais do que gerente de grandes hotéis, estes aceitam mais desafios do que os de pequenos. Os autores sugerem desenvolver as atitudes empreendedoras de gestores através de capacitação, oferecendo programas de formação que propiciem desenvolvimento voltado para o planejamento, resolução de problemas, inovação, busca de oportunidades, promoção de melhorias, entre outras ações, tanto para pequenos quanto para grandes hotéis.

Em outro estudo sobre atitudes empreendedoras, Gimenez e Gimenez (2010) realizaram um levantamento com 33 empresas de pequeno e médio porte do setor hoteleiro, na cidade de Curitiba (Paraná). A pesquisa apresentou empresas com idade média de 17 anos, com certa estabilidade no mercado hoteleiro e com faixa etária média de 45 anos. Para avaliar a estratégia foi definido quatro tipos de estratégias genéricas: defensiva, prospectora, analítica e reativa. Assim, identificaram que as estratégias prospectoras, adotada por treze dirigentes foram as mais atraentes com alta orientação empreendedora na busca de novos mercados, como também em inovação de produtos e processos. Foi constatado que as preferências individuais na gestão do negócio estão associadas ao comportamento dos dirigentes e assim concluíram que uma autoanálise das preferências pessoais pode ajudar os demais dirigentes no desenvolvimento de atitudes empreendedoras que permitam comportamentos mais audaciosos, mais empreendedores para melhorar o sucesso do seu negócio.

Siqueira et al. (2014) identificaram e compararam a atitude empreendedora de proprietários *versus* funcionários intraempreendedores de

micro e pequenas empresas do ramo de confecção, através do formulário IMAE. Os autores verificaram que os empreendedores que focalizam a visão central são descritos como visionários, os intraempreendedores desenvolvem visões emergentes e complementares, sendo descritos como visionistas. Assim, foi constatado que no fator Gestão e Persistência, a média entre os grupos de visionários e visionistas não são diferentes com relação à sua atitude empreendedora. O fator Prospecção e Inovação também não apresentou diferença entres os visionários e visionistas com relação à sua atitude empreendedora. Assim conclui que o fato de não existir diferença, confirma que tanto os empreendedores quanto funcionários contratados para atuarem no negócio, possuem atitudes empreendedoras semelhantes.

Freitas et al. (2012) visando a orientação empreendedora em empresas de software com o objetivo de propor elementos que possibilitassem guiar atitudes voltadas ao empreendedorismo. A pesquisa foi realizada com executivos de empresas de software no Rio Grande do Sul com as seguintes dimensões: Inovação, Assunção de Riscos, Proatividade, Autonomia e Agressividade Competitiva. Como resultado, foi verificado que as dimensões Inovação e Autonomia foram as mais bem desenvolvidas nas organizações, retratando que algumas empresas apresentam elementos mais desenvolvidos que outras. O estudo oferece subsídio para executivos e empresários da área de software para desenvolverem atitudes voltadas para a orientação empreendedora.

Rezazadeh e Nobari (2018) declaram que a atitude empreendedora é responsável por impactar futuras conquistas através da cooperação, o que levou os autores a proporem a atitude empreendedora como um antecedente motor do empreendedorismo cooperativo. Os autores consideraram importante destacar fases importantes do processo empreendedor antes, durante depois da cooperação. A situação potencial do parceiro em termos de atitude empreendedora como tomada de risco, exploração de novas oportunidades, discrição dos funcionários, flexibilidade, essas atitudes fazem a cooperação ser mais bem sucedida. A segunda característica que promove melhores opções para cooperação envolve empresas com habilidades, competências e recursos complementares, segmentos de mercado, tecnologias diversas. A terceira

característica de um parceiro potencial é a compatibilidade com visão da empresa, filosofia, cultura organizacional e estilos de gerenciamento.

Damke et al. (2016) realizaram um estudo com o objetivo de relacionar atitude empreendedora com desempenho organizacional. A pesquisa foi realizada em micro e pequenas empresas no setor varejista de confecções de Curitiba. A pesquisa apresentou os seguintes dados: 169 mulheres na função de dirigentes, empresas com 8,8 anos de existência, 5,10 empregados por empresa e tempo de experiência dos dirigentes 7,36 anos. Foram encontradas 83 empresas inseridas como microempreendedoras, 146 empresas na faixa intermediária e uma empresa macro. Assim, apresentaram resultados que comprovaram não existir diferença de frequência entre os grupos. Entre atitude empreendedora e desempenho organizacional não existe associação. Ainda salienta que, mesmo os resultados não confirmando a sua hipótese, diversas pesquisas têm demonstrado relações com o desempenho. E justifica que o comportamento empreendedor influencia maiores níveis de desempenho com destaque para a liderança.

Como pode ser verificado, nota-se a importância do tema atitude empreendedora aplicado aos MEIs e a necessidade de mais estudos, já que os resultados encontrados ainda são incipientes e dispersos. Considerando que a regularização desses profissionais é recente, mais estudos voltados para essa população são necessários para subsidiar ações de capacitação que, por sua vez, podem impactar na gestão de negócios dos microempreendedores.

3. MÉTODO

3.1 PARTICIPANTES

A pesquisa foi realizada com um universo total de 202 (MEIs) de variados campos de atuação, sendo 61,9% do sexo feminino e 38,1% do sexo masculino, com idade entre 36 a 49 anos.

Realizou-se também uma pesquisa com 12 gestores da indústria de variados ramos de atuação dentro do estado da Bahia. Com relação ao cargo dos respondentes, todos eles tinham cargo de gestão em diversos segmentos dentro da indústria. Os segmentos analisados foram os seguintes: confecção, alimentos, plásticos, tecnologia, química, mineração e metalurgia.

A pesquisa realizada com os MEIs foi desenvolvida durante a semana do microempreendedor individual promovida pelo SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no ano 2017, em duas cidades do estado da Bahia.

Já a pesquisa com os gestores das indústrias foi realizada através de correio eletrônico pelo programa surveymonkey, onde o link foi enviado para empresas que realizam a contratação de MEIs. Essas empresas estão localizadas no Estado da Bahia.

3.2 INSTRUMENTOS

Foram utilizados três instrumentos. O primeiro foi o Questionário de Caracterização da Amostra (Anexo A), elaborado neste estudo para caracterizar os MEIs juntamente com Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. O Instrumento de Medida de Atitude Empreendedora (Anexo B) (LOPES JR.; SOUZA, 2005), foi utilizado para medir atitude empreendedora e o Questionário de Expectativa da Indústria (Anexo C), foi elaborado neste estudo com o objetivo de identificar a expectativa dos gestores das Indústrias.

O Questionário de Caracterização da Amostra teve como objetivo identificar o perfil da amostra nas seguintes variáveis: idade, sexo, escolaridade, motivo, tempo e renda dos MEIs.

Já o Instrumento de Medida de Atitude Empreendedora (IMAE), desenvolvido por Lopes Jr. e Souza (2005) foi utilizado para medir a variável atitude empreendedora. A escala é composta por 36 itens que avaliam atitudes empreendedoras em dois fatores. O fator 1 (prospecção e inovação) possui 20 itens, que avaliam por exemplo: busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento, criatividade e inovação. Já o fator 2 (gestão e persistência) possui 16 itens que avaliam por exemplo: iniciativa, persistência, persuasão, liderança, comprometimento, estabelecimento de redes, aceitação de risco e independência. O respondente avalia numa escala Likert de um a cinco, onde 1 representa “nunca apresenta atitude empreendedora”, 2 “raramente”, 3 “às vezes”, 4 “frequentemente” e 5 indica com “muita frequência” possui essa atitude (LOPES JR.; SOUZA, 2005; SOUZA et al., 2013).

O Questionário de Expectativa da Indústria, elaborado pelo próprio autor, foi criado para identificar a expectativa do serviço realizado pelo microempreendedor individual na visão de gestores do setor industrial. Possui 10 questões, onde duas são fechadas e oito são abertas. Essas questões consistiram em: identificar o serviço, o grau de satisfação ao contratar o serviço do profissional, identificar características positivas relacionadas ao trabalho deste profissional, principais reclamações, identificar as habilidades que o MEI precisa aprimorar para melhorar sua qualificação profissional, a frequência com que o serviço é contratado, o cargo que possui, responsabilidades exercidas na empresa e o ramo da empresa.

3.3 PROCEDIMENTO DE COLETA DE DADOS

A pesquisa com MEIs foi realizada nas cidades de Salvador e Feira de Santana, no estado da Bahia, em maio de 2017. Os participantes receberam orientação sobre a pesquisa de forma presencial. Aos interessados em participar da pesquisa, foi entregue pessoalmente o Termo de Consentimento

Livre e Esclarecido, o Questionário sociodemográfico para caracterização da Amostra e a Escala IMAE. A aplicação da pesquisa ocorreu pessoalmente com profissionais registrados como MEI durante a semana do microempreendedor individual, realizada pelo SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

Para a amostra com os profissionais da indústria foi aplicado um questionário via survey, com o link encaminhado por e-mail, como também por celular. Ao acessar, como primeira página da pesquisa, o gestor obteve uma breve orientação da pesquisa com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Em seguida, após aceite, as demais páginas com as questões foram liberadas para avaliar a expectativa do serviço desses profissionais MEIs.

3.4 ANÁLISE DE DADOS

As respostas obtidas com os profissionais MEIs foram tabuladas quantitativamente em escores e analisadas por meio de estatística descritiva. As respostas da pesquisa de expectativa das empresas industriais foram analisadas conforme tipo de questão. Para as questões fechadas foram analisadas as frequências. Para as questões abertas, foi realizado agrupamento das respostas, sendo que algumas foram explicitadas na íntegra.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Este capítulo está estruturado nos seguintes tópicos: a) perfil dos MEIs; b) análise das atitudes empreendedoras; c) análise da expectativa do setor industrial.

4.1 PERFIL DOS MEIS

Para cumprir com o objetivo de caracterizar o perfil dos profissionais MEIs foram levantados no questionário os seguintes dados sociodemográficos: sexo, idade, escolaridade, motivo, tempo, renda e atividade. A Tabela 1 apresenta a caracterização da amostra com 202 participantes formalizados MEI.

Tabela 1. Características dos MEIs.

Variáveis	Níveis	Participantes	%
Sexo	Feminino	125	61,9
	Masculino	77	38,1
Idade	18 a 25	16	7,9
	26 a 35	60	29,7
	36 a 49	73	36,1
	Acima de 50	53	26,2
Escolaridade	Ensino Fundamental	25	12,4
	Ensino Médio	56	27,7
	Ensino Técnico	18	8,9
	Ensino Superior Incompleto	32	15,8
	Ensino Superior Completo	45	22,3
	Pós Graduação	21	10,4
	Mestrado	5	2,5
Tempo	0 a 1 ano	82	40,6
	1 a 3 anos	55	27,2
	3 a 6 anos	38	18,8
	6 a 10 Anos	27	13,4
Renda	1 a 2 salários	132	65,3
	3 a 4 salários	61	30,2
	5 a 6 salários	4	2,0
	Acima de 6 salários	5	2,5

Fonte: Dados da Pesquisa

Conforme a Tabela 1, a maioria dos MEIs desta pesquisa possui ensino superior completo e incompleto, pós graduação e mestrado, (51%). Embora a

maioria dos MEIs esteja na faixa etária entre 36 a 49 anos, nota-se que houve uma expressiva quantidade de pessoas desde os 26 anos e ainda acima dos 50 anos. Além disso, a maioria relatou ter se formalizado MEI nos últimos três anos (67,8%) e possuir renda de até quatro salários mínimos (95,5%). Esse resultado está de acordo com o perfil do MEI identificado em âmbito nacional que também apontou predominância semelhante no nível de escolaridade e faixa etária, bem como em dados que mostraram que os MEIs, em sua maioria, atuam há três anos e possuem renda de até quatro salários (SEBRAE, 2017)

A maior parte das pessoas formalizadas MEI nesta pesquisa é do sexo feminino. Resultados diferentes foram apontados por Behling et al. (2015), Portugal et al. (2017) e SEBRAE (2017) que identificaram mais MEIs do sexo masculino. Uma possível explicação para esse resultado é que como a pesquisa ocorreu durante a semana do MEI do SEBRAE, durante a coleta de amostragem a maior participação pode ter sido a de mulheres ou pode estar relacionada à representação regional.

Todavia, destaca-se que as mulheres vêm ganhando espaço nas atividades socioeconômicas (IBGE, 2014) e o empreendedorismo feminino vem crescendo significativamente (SATO; YANEZ; NOLTON, 2016; SWETHA; REDDY; SUDHARANI, 2016). Sato, Yanez e Nolton (2016) estudaram mulheres empreendedoras em diversos países do mundo. Diante das dificuldades, o microempreendedorismo vem se mostrando uma via importante, pois fornece um meio de subsistência, dando-lhes independência e alternativas de renda. Assim como no Brasil, em outras regiões do mundo existem apoios dos microcréditos para ajudar as mulheres a iniciarem suas atividades. Tais atividades podem apontar para um cenário real no universo investigado.

Enquanto empreendedoras, as mulheres vêm mostrando potencial na gestão de seus negócios. Estudo realizado aponta que as mulheres MEIs possuem um perfil de gestão cauteloso, desde a abertura do negócio, com transações e atividades de mercado moderadas e indicadores saudáveis (SERASA, 2018).

Gomes et al. (2017) realizaram um estudo com organizações geridas por mulheres para analisar a ação empreendedora de mulheres que possuem seu próprio negócio no município de Vitória da Conquista (Bahia). As empreendedoras que realizaram a pesquisa apresentaram uma posição firme

com relação ao gerenciamento do seu empreendimento, são fiéis aos valores e aos seus anseios pessoais, prezam pelo relacionamento com seus funcionários e um bom ambiente de trabalho. As empreendedoras levam em consideração a opinião do cliente na tomada de decisão, pois se preocupam em fidelizar os consumidores que são atraídos pelo atendimento e pela qualidade. Um dado importante foi que algumas empresárias optam em não crescer para não prejudicar a qualidade, já outras anseiam aumentar o negócio de forma humanizada acolhendo os funcionários a participarem das decisões da empresa. As mulheres investigadas relataram ser capazes de fazerem qualquer atividade profissional, além daquelas consideradas destinadas a mulher.

Quanto às atividades econômicas identificadas nos MEIs da amostra desta pesquisa, os resultados estão apresentados na Tabela 2.

Tabela 2. Categorias das Atividades do MEI

CATEGORIAS	QUANTIDADE	%	PRINCIPAIS ATIVIDADES
Alimentos e bebidas	44	21,8	Doceira, gastronomia, confeitaria, café, alimentos e produtos naturais, frutas, temperos secos, atividade com bolos, sequilhos e pães, quentinhas (comidas preparadas), refeições saudáveis, cozinheira, sorveteiro, culinária oriental, alimento congelado, bolo em pote, restaurante, peixaria, delicatessen, mercadinho, foodtruck, pastelaria, pizza delivery, bar e comércio de alimentos.
Confecções	26	12,9	Vestuário, confecção, moda feminina, moda, roupa e acessórios, comércio de roupa, costureira, camiseta, calçados, costura sob medida, atelier e roupas infantis.
Artesanato	15	7,4	Estamparia, atividade de artesanato com vidros, artesanato, artesão, ourives, fabricação de sofá, pintura artesanal em móveis, fabricação de bijuterias, fabricação de carimbos, fabricação de sabonetes, fabricação de móveis e marcenaria.
Comércio	14	6,9	Obteve 14 profissionais, que identificaram sua atividade como comércio sem especificar qual segmento.
Não informaram	14	6,9	Nota-se que há a categoria “ não informaram”, pois 13 pessoas não identificaram suas atividades.

Fonte: Autor.

Tabela 2. Categorias das Atividades do MEI (continuação).

CATEGORIAS	QUANTIDADE	%	PRINCIPAIS ATIVIDADES
Manutenção	12	5,9	Eletricista, atividade de eletricidade, metalúrgico, elétrico e hidráulico, oficina de <i>bike</i> , teste de integridade em uniforme de proteção química, manutenção de celular, eletricista industrial, manutenção em equipamentos de refrigeração e controle de pragas urbanas.
Comunicação e Marketing	12	5,9	Designer gráfico, designer, personalização em copos, canecas personalizadas, marketing direto, divulgadora de hotéis, comunicação visual, consultor de marketing, gráfica, artigos gráficos e personalizados.
Consultoria	8	4,0	Consultoria e serviços legais (jurídicos), consultor, instrutor, consultor ambiental, consultor de aquisições, consultoria e treinamento, contabilidade, assessoria e consultoria, redação e revisão.
Saúde e Bem Estar	8	4,0	Fisioterapia domiciliar, esteticista, tratamentos estéticos e massagem, beleza e estética.
Outras atividades	7	3,5	Varejo, copiadora xérox, diarista, decoração, transporte de carga, floricultura, comércio e artigos de pesca e rural.
Cabelo e beleza	7	3,5	Cabelereiros, esmalteria e salão de beleza.
Eventos	7	3,5	Promotor de eventos, fotografia, eventos e artesanato, organização de eventos e decoração de festas
Cosméticos	6	3,0	Seis respondentes informaram que sua atividade é com Cosméticos sem detalhar.
E-Commerce	6	3,0	E-commerce, loja de internet, marketing digital e vendas online.
Vendedor de diversos itens	5	2,5	Venda de seguro em geral, comércio em vários segmentos, vendas em vários seguimentos, vendedor, distribuidor de brinquedos plásticos e vendedor ambulante.
Professor	5	2,5	Professor particular, professor de educação física, atividade de ensino, professora de artesanato e instrutor de curso.
Construção Civil	3	1,5	Obras, manutenção em área predial e construção civil.
Tecnologia	2	1,0	Desenvolvimento de sistemas e serviço de informática.
Serviço	1	0,5	A categoria Serviço com apenas um respondente foi autodenominada sem explicar o seguimento do serviço.

Fonte: Autor.

Como pode ser observado na Tabela 2, a maioria dos MEIs desta pesquisa atua com alimentos e bebidas, sendo os serviços de alimentação

mais realizados pelas mulheres empreendedoras, conforme dados do SEBRAE (2016b).

A Figura 1 mostra a frequência dos motivos que levaram os participantes desta pesquisa a se formalizarem como MEI.

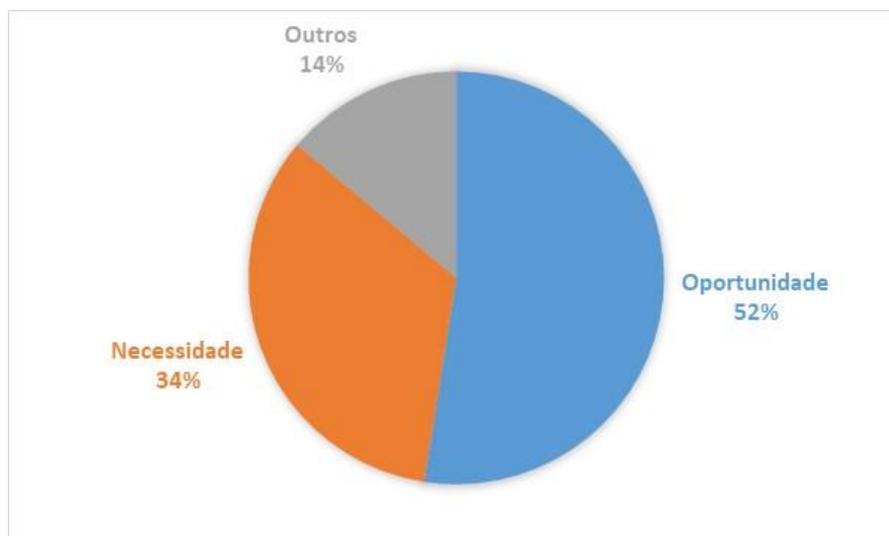


Figura 1. Motivos para o cadastro no MEI

Fonte: Autor.

Como mostra a Figura 1, a maioria relatou ser empreendedor por oportunidade. Esse resultado pode ser sustentado pela pesquisa recente do GEM (2016), que identificou 41,3% da população brasileira conhecendo alguém que iniciou um novo negócio nos últimos dois anos e 40,2% observaram boas oportunidades para iniciarem novo negócio onde vivem. Comparado com outros países esses índices são considerados altos sugerindo uma positividade da população frente ao empreendedorismo. Além da importância da descoberta de oportunidades o que é algo positivo para o desenvolvimento econômico.

Ainda que as crises econômicas influenciem as atitudes e o comportamento empreendedor (BARTZ; WINKLER, 2016), nota-se que na atualidade o empreendedorismo tem sido um projeto de vida associado à escolha profissional de muitas pessoas, independente da necessidade.

Na categoria Outros, 13,9% justificaram suas respostas conforme relato destacado na Tabela 3.

Tabela 3. Motivos que levaram a formalização como MEI, relatados na categoria “Outros”.

Participante	Respostas
P1	Sempre quis trabalhar para mim mesmo.
P2	Para poder contribuir com a previdência social e ter outras oportunidades de negócios.
P3	Meu sonho, vontade de trabalhar com o que eu realmente amo fazer: artesanato.
P4	Sonho em empreender.
P5	Sonho de ter o meu próprio negócio.
P6	Já tinha o negócio, resolvi formalizar.
P7	Oportunidade de ter o meu negócio e crescimento profissional e financeiro, combater o desemprego e não me lamentar, ir à luta.
P8	Facilidade de emissão de nota fiscal.
P9	Escolhi ser MEI para complementar o meu salário.
P10	Oportunidade para contribuir e quando precisar saber que tenho onde me apoiar num momento de dificuldade.
P11	Desenvolver a Comunidade. Sou professora aposentada e trabalho ensinando artesanato.
P12	Fiquei desempregada por opção para cuidar do meu filho, então tinha tempo disponível- Consultora de treinamento e desenvolvimento.
P13	Trabalhar para si mesmo, uma oportunidade de independência financeira e desafios de crescimento.

Fonte: Autor

Esses relatos sugerem que as pessoas que trabalham para si estão se formalizando como MEIs com objetivos diversos, tais como, prestar um serviço de qualidade, receber benefícios oferecidos pelo governo através dos incentivos financeiros e previdenciários, aumentar a renda, realizar um sonho, dentre outros motivos semelhante aqueles já apontados em outras pesquisas (SEBRAE, 2017; VIAL; HANOTEAU, 2015).

4.2 ANÁLISE DAS ATITUDES EMPREENDEDORAS

Com o intuito de analisar a atitude empreendedora dos MEIs, realizaram-se análises descritivas das questões do Instrumento de Medida de Atitude Empreendedora (IMAE), dividindo-as conforme o fator.

O fator “Prospecção e Inovação”, de acordo com Lopes Jr. e Souza (2005), corresponde a itens como: busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento, criatividade e inovação. A Tabela 4 apresenta a frequência encontrada das atitudes empreendedoras do fator Prospecção e Inovação, composto por 20 itens.

Tabela 4. Frequência dos itens do fator Prospecção e Inovação.

ITENS	Nunca	Raramente	As Vezes	Frequen- temente	Com muita frequênci- a
Busco novas maneiras de realizar tarefas.	0,5	3,5	18,3	45	32,2
Utilizo contatos pessoais para atingir meus objetivos.	3	6,9	16,8	44,1	28,7
Adoto procedimentos para assegurar que o trabalho atenda a padrões de qualidade previamente estipulados.	5	2	10,9	42,1	40,1
Desenvolvo ideias novas para a solução de problemas.	4	2,5	19,8	40,6	33,2
Crio novas rotinas, objetivando a melhoria do desempenho do meu negócio.	5	5,4	25,2	40,1	24,3
Busco informações sobre meu ramo de negócio em diferentes fontes.	6,9	4	16,8	32,7	39,6
Exploro novas oportunidades de negócio.	2,5	9,4	38,6	35,6	13,9
Procuro criar novos serviços.	6,9	6,4	22,3	38,1	26,2
Assumo riscos para expandir o meu negócio.	10,9	15,3	37,6	22,8	13,4
Ajo antes de ser pressionado pelas circunstâncias.	6,9	7,9	36,6	33,7	14,9
Mudo de estratégia, se necessário, para alcançar uma meta	8,4	10,4	26,7	35,6	18,8
Planejo as atividades do meu negócio subdividindo tarefas de grande porte em subtarefas.	8,9	10,9	26,7	35,1	18,3
Busco informações sobre possíveis clientes.	5,4	5	19,8	34,7	35,1
Consulto meus registros de controle antes de tomar decisões.	9,9	8,9	26,7	34,2	20,3
Utilizo estratégias deliberadas para influenciar pessoas.	15,8	9,4	32,2	27,7	14,9
Faço projeções claras para o futuro do meu negócio.	10,9	9,9	27,2	32,2	19,8
Reviso continuamente objetivos de curto prazo.	16,8	6,4	27,7	32,2	16,8
Assumo riscos com intuito de superar a concorrência.	10,4	7,9	27,7	31,2	22,8
Defino continuamente objetivos de curto prazo.	16,8	9,9	29,2	29,7	14,4
Defino metas de longo prazo, claras e específicas.	20,3	10,9	27,2	25,7	15,8

Fonte: Dados da Pesquisa

Conforme Tabela 4, foi observado em cada item qual pontuação da escala (de nunca a com muita frequência), havia o maior percentual de indicações. Nota-se que dos 20 itens do fator Prospecção e Inovação, apenas dois deles foram relatados com “muita frequência” tenho essa atitude: *Busco informações sobre meu ramo de negócio em diferentes fontes*; e *Busco informações sobre possíveis clientes*.

Já a maioria dos itens deste fator (13 itens que representaram 65%) obteve maior número de respostas na escala “frequentemente” tenho essa atitude, sendo que cinco foram os mais indicados: *Busco novas maneiras de realizar tarefas; Utilizo contatos pessoais para atingir meus objetivos; Adoto procedimentos para assegurar que o trabalho atenda a padrões de qualidade previamente estipulados; Desenvolvo ideias novas para a solução de problemas; e Crio novas rotinas objetivando a melhoria do desempenho do meu negócio.*

Para análise dos itens críticos, foram destacados aqueles que representaram acima de 15% das respostas considerando o somatório nas escalas, “nunca” e “raramente” tenho essa atitude. Os itens críticos mais indicados no fator Prospecção e Inovação foram: *Defino metas de longo prazo, claras e específicas (31,2%); Defino continuamente objetivos de curto prazo (26,7%); Assumo riscos para expandir o negócio (26,2%); Utilizo estratégias deliberadas para influenciar pessoas (25,2%); Reviso continuamente objetivos de curto prazo (23,2%); Faço projeções claras para o futuro do negócio (20,8%); Planejo atividades do negócio subdividindo tarefas de grande porte em subtarefas (19,8%); Mudo de estratégia, se necessário, para alcançar uma meta (18,8%); Consulto meus registros de controle antes de tomar decisões (18,8%); e Assumo riscos com intuito de superar a concorrência (18,3%).*

O fator “Gestão e Persistência”, de acordo com Lopes Jr. e Souza (2005) correspondem a 16 itens referentes às dimensões de realização e poder, com variáveis como: iniciativa, persistência, persuasão, liderança, comprometimento, estabelecimento de redes, aceitação de risco e independência. A Tabela 5 apresenta a frequência de respostas neste fator.

Tabela 5. Frequência dos itens do fator Gestão e Persistência.

ITENS	Nunca	Raramente	As Vezes	Frequentemente	Com muita Frequência
Considero-me o principal responsável pelo desempenho do meu negócio.	2,5	0,5	4,5	29,7	62,9
Confio na minha competência como fonte de sucesso do meu negócio.	0,5	1,5	5,9	32,2	59,9
Responsabilizo-me pela conclusão dos trabalhos nos prazos estipulados.	1	2	5,9	37,1	53,5
Confio na minha capacidade de superar desafios.	2	1	12,9	35,6	48

Fonte: Dados da Pesquisa

Tabela 5. Frequência dos itens do fator Gestão e Persistência (continuação)

ITENS	Nunca	Raramente	As Vezes	Frequen- temente	Com muita Frequência
Busco novas soluções para atender às necessidades de clientes.	3	0	10,9	46	40,1
Emprego esforços extras para a conclusão de tarefas programadas.	3	3	11,9	37,6	44,6
Assumo a responsabilidade pela resolução de problemas que possam prejudicar o desempenho de meu negócio.	4,5	3	9,9	39,1	43,6
Removo meus esforços para superar obstáculos.	6,9	4,5	19,3	42,1	27,2
Faço sacrifícios pessoais para concluir tarefas.	3,5	2,5	15,8	36,6	41,6
Mantenho meus objetivos mesmo diante de resultados que não são satisfatórios inicialmente.	5,4	3,5	22,8	35,1	33,2
Implemento novas ideias com o objetivo de melhorar a qualidade do meu negócio.	3	5	22,3	38,6	31,2
Calculo os riscos de novos investimentos.	12,4	5	25,7	38,1	18,8
Estimulo a participação dos funcionários na busca pela solução de um problema.	37,1	1,5	9,4	26,2	25,7
Estimulo o espírito de equipe entre meus funcionários.	36,6	2	12,4	27,2	21,8
Costumo calcular o risco envolvido nos negócios que faço.	9,4	6,9	31,7	34,2	17,8
Junto-me aos empregados nas tarefas para cumprir os prazos.	30,2	4	8,4	30,2	27,2

Fonte: Dados da Pesquisa

Conforme Tabela 5, dos 16 itens correspondentes ao fator Gestão e Persistência, sete deles (representando 43,75 desse fator) obtiveram maior frequência de respostas na escala “com muita frequência” tendo essa atitude. Esses itens foram: *Considero-me o principal responsável pelo desempenho do meu negócio; Confio na minha competência como fonte de sucesso do meu negócio; Responsabilizo-me pela conclusão dos trabalhos nos prazos estipulados; Confio na minha capacidade de superar desafios; Emprego esforços extras para a conclusão de tarefas programadas; Assumo a responsabilidade pela resolução de problemas que possam prejudicar o desempenho de meu negócio; e Faço sacrifícios pessoais para concluir tarefas.*

Quanto aos itens críticos, aqueles que possuíram no mínimo 15% da amostra considerando a escala “nunca” e “raramente” tendo essa atitude, encontram-se cinco itens: *Estimulo a participação dos funcionários na busca pela solução de um problema (38,6%); Estimulo o espírito de equipe entre meus funcionários (38,6%); Junto-me aos empregados nas tarefas para*

cumprir prazos (34,2%); Calculo riscos de novos investimentos (17,4%); e Costumo calcular o risco envolvido nos negócios que faço (16,3%). Chama a atenção nesses itens que três deles apresentaram mais que 30% das respostas. Possivelmente, esta análise deve-se ao fato de serem MEIs, e embora possam ter até um funcionário, não possuem equipes, a maioria trabalha individualmente.

Os resultados indicaram que o fator *Prospecção e Inovação* apresentou maior número de itens críticos. Já o fator *Gestão e Persistência* obteve maior número de itens favoráveis para as atitudes empreendedoras. Assim responde o problema que os MEIs analisados possuem atitudes empreendedoras favoráveis à gestão de seus negócios. Esse resultado favorável para atitudes empreendedoras de *Gestão e Persistência* entre os MEIs também foi encontrado com a amostra de validação do instrumento IMAE (LOPES JR.; SOUZA, 2005), que foi composta por proprietários de pequenas empresas (empresários de varejo e serviços, mecânicos e profissionais de beleza, ou seja, atividades semelhantes às categorias dos MEIs desta pesquisa).

Esse resultado pode ser explicado pelo fato dos MEIs enfrentarem situações de limitações nos recursos financeiros, humanos e, às vezes, até de infraestrutura, o que exige deles realização, persistência, iniciativa, autoconfiança, redes de contato, etc. Essas necessidades possivelmente acabam exigindo mais do MEI para que as atividades aconteçam, não dando espaço para atitudes relacionadas à análise de riscos, uma vez que foram os itens críticos do fator *Gestão e Persistência*.

De modo semelhante, é possível que os MEIs não priorizem atitudes que possam ter impacto a médio e a longo prazo, como aquelas relacionadas com o fator *Prospecção e Inovação*, pois na maioria das vezes o microempreendedor precisa resolver problemas e tomar decisões instantaneamente para que as atividades se desenvolvam. A maioria dos MEIs trabalha sozinho, ficando diretamente responsáveis pela execução da atividade. Possivelmente essas condições podem impactar negativamente nas atitudes que exigem planejamento e tempo para analisar e tomar decisões, fato confirmado pelos itens críticos indicados pela amostra desta pesquisa no fator *Prospecção e Inovação*.

Todavia, atitudes voltadas para prospecção e inovação também são muito importantes para o crescimento dos negócios. Por mais que os MEIs tenham recursos limitados, a expansão de suas atividades pode ocorrer de diferentes formas, inclusive por meio da cooperação. De fato, Rezazadeh e Nobari (2018) argumentam que a atitude empreendedora é um antecedente motor do empreendedorismo cooperativo.

Em um contexto no qual o termo mais usado é inovação, os MEIs precisam desenvolver atitudes favoráveis para o acompanhamento das tendências do mundo do trabalho a fim de garantir a competitividade e a sobrevivência no ramo de atuação. Ainda que o estudo de Damke et al. (2016) não tenha encontrado associação entre atitude empreendedora e desempenho organizacional em micro e pequenas empresas, os próprios autores argumentam a importância do comportamento empreendedor para alcançar maiores níveis de desempenho.

4.3 ANÁLISE DA EXPECTATIVA DO SETOR INDUSTRIAL.

De acordo com o CNI (2018), a indústria é o setor mais significativo para o Brasil, pois gera desenvolvimento social e econômico. Contudo, a indústria sofre com custos elevados, com a falta de mão de obra qualificada e com a competição com produtos importados (CNI, 2014). Por isso, a indústria pode ser um grande aliado ao crescimento do MEI porque cada vez mais procura enxugar e terceirizar os serviços, o que influencia a organização da cadeia produtiva (BUENO et al., 2015).

Para verificar a existência da necessidade do trabalho do MEI, segue a Figura 2 apresentando a frequência com que os gestores contratam esses profissionais.

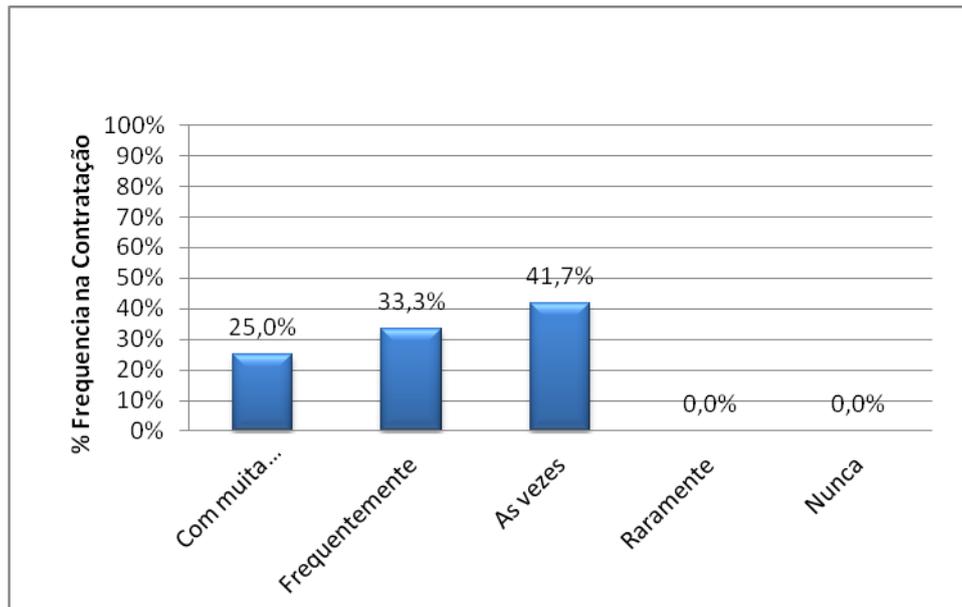


Figura 2. Frequência na contratação dos serviços MEIs

Fonte: Autor.

Como apresentado a Figura 2, 58,3% dos entrevistados responderam que contratam com muita frequência e frequentemente os serviços de MEIs. Esse resultado comprova que existe mercado para os microempreendedores negociarem com as indústrias.

Considerando que o fator Prospecção e Inovação apresentou maior frequência de itens críticos na autoavaliação dos MEIS em relação as suas atitudes empreendedoras e diante da importância dessas atitudes se traduzirem em comportamentos a fim de ampliar os serviços e assegurar a sustentabilidade financeira, evidencia-se a necessidade dos participantes desta amostra reavaliarem suas posturas se desejarem manter-se competitivos na área de atuação.

O grau de satisfação da indústria ao contratar o serviço com os microempreendedores foi avaliado conforme apresentado na Figura 3:

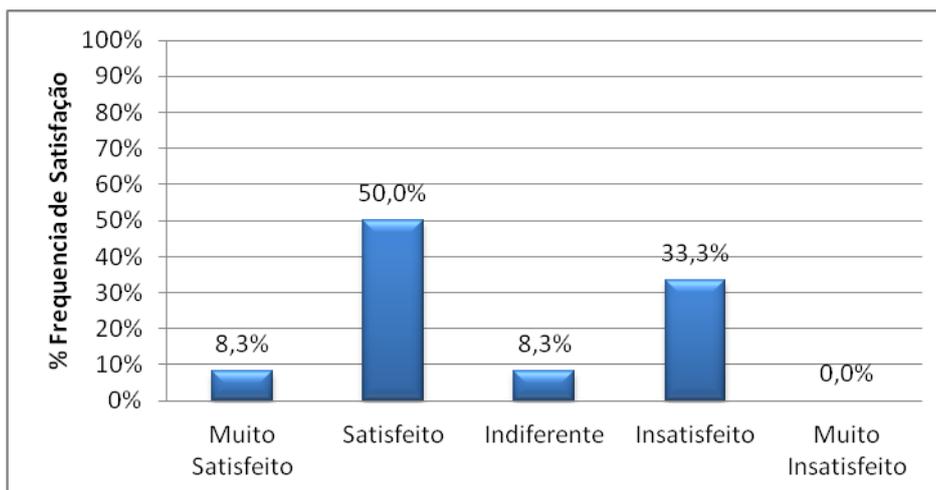


Figura 3. Frequência de satisfação da indústria pelo serviço do MEI.

Fonte: Autor

Como mostra a Figura 3, 58,3% dos pesquisados consideram-se satisfeitos e muito satisfeitos com os serviços contratados dos profissionais MEIs. Porém 33,3% consideraram insatisfeito, o que representa um número significativo.

A percepção dos entrevistados a respeito das características positivas relacionadas ao trabalho dos MEIs foi: serviço com baixo custo; seguido por profissional indicado por alguém de sua confiança; rapidez na contratação; tempo de execução dentro do prazo; honestidade e educação; agilidade na produção; comprometimento com o resultado do trabalho; qualidade e entender a necessidade do cliente.

As principais reclamações sobre os MEIs foram citadas conforme relatos na Tabela 6.

Tabela 6. Principais reclamações da experiência na contratação de MEI na perspectiva de gestores do setor industrial.

Participante	Respostas
P1	Todo o contato foi feito por email, se fosse pessoalmente não gerava muitas dúvidas.
P2	Pouco preparo no trato com o cliente.
P3	Não cumpre o prazo fazendo o serviço no tempo dele e não na necessidade do cliente.
P4	Falta de planejamento. Falta de cumprimento de prazos. Falta de ciência da importância do produto do seu trabalho. Falta de foco em impostos e obrigações legais. Falta de <i>ownership</i> entre sócios.
P6	Falta de capital de giro para bancar o operacional, totalmente dependente do recebimento para operacionalizar.
P7	Falta de NF, qualidade do serviço, falta de certificação necessária à prestação dos serviços (NR's, segurança do trabalho).

Fonte: Autor

Segundo os relatos, percebe-se uma grande similaridade nas reclamações, onde cumprir com o prazo estabelecido foi a principal reclamação mencionada seguida por falta de planejamento.

As indústrias esperam contratar um MEI mais capacitado, com atitudes empreendedoras, que realizem o mínimo de gestão do seu próprio negócio, ofereçam serviços e produtos com qualidade e que conheçam as suas obrigações legais.

A percepção dos entrevistados quanto as habilidades que consideram que o MEI precisa aprimorar para melhorar sua qualificação foram relatadas conforme Tabela 7.

Tabela 7. Sugestão de habilidades do MEI que podem ser aprimoradas, na perspectiva de gestores do setor industrial.

Participante	Respostas
P1	O contato com o cliente de forma personalizada.
P2	Capacitação.
P3	Prazo, Comunicação, Honestidade nos orçamentos.
P4	Buscar treinamento, cursos, conhecimentos para que a sua prática seja aprimorada, Buscar conhecimento que auxilie em um gerenciamento para uma tomada de decisão mais assertiva, Buscar parceria com profissionais renomados/know-how ou empresas consagradas ou serviços de consultoria (e.g. Sebrae etc.), Buscar conhecimentos que influenciem em sua progressão ou beneficiamento (impostos, legislação etc.), Buscar meios de promoção /marketing etc. para que sua clientela seja ampliada / mantida, Buscar entender as necessidades do seu público alvo (entendê-lo).

Fonte: Autor

Tabela 7. Sugestão de habilidades do MEI que podem ser aprimoradas, na perspectiva de gestores do setor industrial (continuação).

Participante	Respostas
P5	Planejamento, Foco em qualidade, Foco na satisfação do cliente, Foco em obrigações legais, Entender a importância do seu negócio, Planejamento financeiro e Planejamento fiscal.
P6	O mínimo de conhecimento em gestão administrativa da sua empresa.
P7	Entender para satisfazer o cliente.
P8	Cursos de gerenciamento.
P9	Conhecimento técnico e buscar surpreender o cliente.
P10	Organização administrativa.

Fonte: Autor

De acordo com os resultados apresentados na Tabela 7, a capacitação (técnica e comportamental) foi apontada com frequência elevada mostrando ser essa uma via importante para a profissionalização dos MEIs. As indústrias esperam contratar profissionais mais preparados, mais experientes nos serviços que se propõem a realizar.

Considerando que a maioria das reclamações e das habilidades que precisam ser melhoradas pelos MEIs, nas perspectivas dos gestores do setor industrial refere-se à área de gestão, nota-se que há certa incoerência entre a autoavaliação dos MEIs desta amostra e a satisfação dos contratantes do setor industrial, o que sugere a necessidade de melhor convergir as atitudes favoráveis no fator Gestão e Persistência em comportamentos empreendedores.

De fato, pesquisa realizada pelo SEBRAE (2017) com os MEIS identificou áreas que eles mesmos reconhecem que precisam de capacitação: controles financeiros (53%), orientação para o crédito/financiamento (52%), propaganda e marketing (47%), melhorias da qualidade produto/serviço (46%), uso de redes sociais (37%) e atendimento ao cliente (36%). O fato dos MEIs reconhecerem que possuem carências já é bastante positivo.

5. CONCLUSÃO

Os resultados desta pesquisa mostraram uma tendência mais forte entre os MEIs para as atitudes empreendedoras de Gestão e Persistência. Além disso, os resultados desta pesquisa sugeriram alta expectativa do setor industrial pela contratação de MEI, porém sinalizando a necessidade de melhoria no trabalho prestado, inclusive em áreas relacionadas à gestão. Os MEIs analisados possuem atitudes empreendedoras favoráveis à gestão de seus negócios assim responde ao problema de pesquisa deste estudo.

Os resultados indicam direcionamentos importantes como a necessidade de fortalecer atitudes empreendedoras em fatores críticos, como Prospecção e Inovação, mas também em atitudes autoavaliados positivamente pelos MEIs, como no caso do fator Gestão e Persistência e que foram incoerentes com a avaliação externa, de contratantes do setor industrial. As atitudes empreendedoras são vistas como relevantes considerando a existência de demandantes que possuem alta expectativa pela contratação de serviços por MEIs, o que pode ampliar as atividades e a sustentabilidade dos negócios, metas essenciais para a competitividade nos dias atuais.

Os resultados deste estudo já permitem constatar atitudes declaradas pelos microempreendedores que precisam ser trabalhadas a fim de planejar melhor o comportamento empreendedor dos MEIs. Juntamente com os pontos de melhoria levantados pelo setor industrial, esses resultados podem subsidiar planejamento de cursos de capacitação. Esses cursos podem impactar positivamente no fortalecimento de atitudes e comportamentos empreendedores, o que pode ainda refletir na melhoria do serviço prestado e no progresso das atividades dos MEIs.

Portanto, esta pesquisa contribui para pesquisas e práticas voltadas para o MEI, o que se mostra um avanço considerando que a legislação é recente. Todavia, é importante destacar algumas limitações do estudo. A pesquisa realizada contempla os MEIs apenas das cidades de Salvador e Feira de Santana. Para a generalização dos resultados, sugere-se em novas pesquisas: ampliação das amostras, inclusão de mais microempreendedores e sua relação com a indústria, envolvimento de contratante de diferentes setores produtivos.

REFERÊNCIAS

AJZEN, I. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, v.50, n.2. p. 179-211, 1991.

AMARAL, H.; PEREIRA-GUIZZO, C. Produção de conhecimento sobre empreendedorismo: uma análise das publicações nacionais de 2011 a 2016. In: *X Internacional Conference on Engineering and Computer Education*, 2017. Salvador. Anais X Internacional Conference on Engineering and Computer Education. Salvador: UNEB, 2017.

ARAÚJO, D.; CASTRO, C. Estudo dos Microempreendedores Individuais e suas Competências Empreendedoras No Município de Barbacena. In: *XIX SEMEAD, Seminário em Administração*, 2017, São Paulo. Anais do XIX Seminário em Administração. São Paulo: FEA USP, 2017.

AYALLA, J. C.; MANZANO, G. The resilience of the entrepreneur. Influence on the success of the business. A longitudinal analysis. *Journal of Economic Psychology*, v.42 p.126-135, 2014.

BARBA-SANCHEZ, V.; ATIENZA- SAHUQUILLO, C. Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *European research on management and business economics*, v. 24, n.1, p. 53-61, 2018.

BARON, R. Opportunity Recognition as Pattern Recognition: How Entrepreneurs “Connect the Dots” to Identify New Business Opportunities. *Academy of Management Perspectives*, v.20, n.1, p. 104 -119, 2006.

BARTZ, W.; WINKLER, A. Flexible or fragile? The growth performance of small and young businesses during the global financial crisis — Evidence from Germany. *Journal of Business Venturing*, v.31, n.2, p.196-215, 2016.

BEHLING, G.; PEREIRA, C.; MAZZOLENI, E.; BACCIN, S.; LENZI F. Microempreendedor individual catarinense: uma análise descritiva do perfil dos empreendedores individuais em Santa Catarina. *Navus: Revista de Gestão e Tecnologia*, v.5, p.65-78, 2015.

BERNARDO, N.; ARAUJO, E. Formação para o empreendedorismo: análise das ementas das disciplinas dos cursos oferecidos por uma instituição pública de ensino superior tecnológico. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, v. 12, n.5, p. 304-327, 2016.

BERNAT, L.; LAMBARDI, G.; PALACIOS, P. Determinants of the entrepreneurial gender gap in Latin America. *Small Business Economics*, v.48, n.3, p.727-752, 2017.

BESSANT, J.; TIDD, J. “Inovação e empreendedorismo: administração”. Porto Alegre: Bookman Editora, 2009.

BRASIL. Senado. Lei Complementar nº 123 de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. DOU. Brasília, DF, 15 de dezembro de 2006.

BRASIL. Senado. Lei Complementar nº 128 de 2008. Altera a Lei Complementar nº123 do Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Diário do Senado Federal. Brasília, DF, 25 nov. 2008.

BRASIL. Senado. Lei Complementar nº 155 de 2016. Trata de reorganizar e simplificar a metodologia de apuração do imposto devido por optantes do simples nacional. DOU. Brasília, DF, 27 de outubro de 2016.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. Cartilha do Microempreendedor Individual 2017. Disponível em: <<http://trabalho.gov.br/images/Documentos/ASCOM/cartilha-do-microempreendedor-individual.pdf>>. Acesso em: 20 de junho de 2018.

BUENO, W.; VEIGA, C.; FLORES, S.; ZUCATTO, L. Estratégias na terceirização para o desenvolvimento da cadeia produtiva e logística – uma análise em indústrias prestadoras de serviços para uma multinacional do ramo calçadista. *Race: Revista de Administração, Contabilidade e Economia*, v.14, n.3, p. 983-1004, 2015.

CNI. *Retratos da Sociedade Brasileira. A indústria brasileira na visão da população*. Brasília: CNI, 2014. Disponível em <http://bucket-gw-cni-static-cms-si.s3.amazonaws.com/legacy/app/conteudo_18/2014/06/09/6470/CNI_IBOPE_IndBrasnavisaodaPopulacao_MAIO20141.pdf> Acesso em 02 de julho de 2018.

CNI. *Portal da Indústria. Importância da Indústria*.CNI, 2018. Disponível em: <<http://www.portaldaindustria.com.br/estatisticas/importancia-da-industria/>>Acesso em 30 de junho de 2018.

DAMKE, E.; DAMKE, J.; HIJAZI, M.; BENITEZ, J.; MOREIRA, L. Atitude empreendedora e desempenho organizacional em micro e pequenas empresas: um estudo no setor varejista de confecções de Curitiba–PR. *REGPE-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, v. 5, n.1, p. 66-84, 2016.

DOLABELA, F. *Oficina do Empreendedor*. São Paulo: Editora de Cultura, 1999.

DORNELAS, J. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FERREIRA, L.; OLIVA, F.; SANTOS, S.; GRISI, C.; LIMA, A. Análise quantitativa sobre a mortalidade precoce de micro e pequenas empresas da cidade de São Paulo. *Gestão e Produção*, v. 19, n. 4, p. 811-823, 2012.

FERREIRA, M. P. V.; PINTO, C. F.; MIRANDA, R. M. Três décadas de pesquisa em Empreendedorismo: uma revisão dos principais periódicos

internacionais de Empreendedorismo. *REAd. Revista Eletrônica de Administração*, v. 21, n. 2, p. 406-436, 2015.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.

FREITAS, H.; MARTENS, C.; BOISSIN, J.; BEHR, A. Elementos para guiar ações visando à orientação empreendedora em organizações de software. *Revista de Administração*, v. 47, n. 2, p. 163-179, 2012.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor, Empreendedorismo no Brasil – 2016. Disponível em: <<http://www.gemconsortium.org/country-profile/46>> Acesso: 05/05/2017.

GIMENEZ, S.; GIMENEZ, F. Atitude empreendedora e estratégia em pequenos e médios hotéis. *Turismo-Visão e Ação*, v. 12, n. 1, p. 49-72, 2010.

GOMES, A.; SANTOS, R.; SILVA, P.; BACELAR, A. Organizações Femininas: Como Mulheres Gerenciam Seus Negócios?. *Gestão & Planejamento-G&P*, v. 18, p. 202-219, 2017.

IBGE. *Estatísticas de Gênero mostram como as mulheres vêm ganhando espaço na realidade socioeconômica do país*. Agência de notícia IBGE, 2014. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2013-agencia-de-noticias/releases/14691-asi-estatisticas-de-genero-mostram-como-as-mulheres-vem-ganhando-espaco-na-realidade-socioeconomica-do-pais.html>> Acesso em 30/05/2018.

KAO, J. *Entrepreneurship, creativity & organization: Texts, cases, and readings*. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice Hall, 1989.

LECHNER, C.; SORTHEIX, F.; OBSCHONKA, M.; SALMELA-ARO, K. What drives future business leaders? How work values and gender shape young adults' entrepreneurial and leadership aspirations. *Journal of Vocational Behavior*, v.107, p.57-70, 2018.

LIMA, E.; LOPES, R.; NASSIF, V.; SILVA, D. Ser seu Próprio Patrão? Aperfeiçoando-se a educação superior em empreendedorismo. *RAC*, Rio de Janeiro, v. 19, n. 4, p. 419-439, 2015.

LOPES JR., G.; SOUZA, E.; Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas: construção de um instrumento de medida. *Revista Eletrônica de Administração*, v2, n.6, p. 1-21, 2005.

LUTHJE, C.; FRANKE N. The 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R & D Management*, v.33, n.2, p.135-147, 2003.

McCLELLAND, D. C. *The achieving society*. Princeton, New Jersey: Van Nostrand, 1961.

OLIVEIRA, J. R.; CASTRO SILVA, W.; ARAUJO, E. Características comportamentais empreendedoras em proprietários de MPES longevas do Vale do Mucuri e Jequitinhonha/ MG. *Revista de Administração Mackenzie*, v. 15, n. 5, p. 102- 139, 2014.

PEDROSA, M. A.; SOUZA, E. C. L. Atitude empreendedora no setor hoteleiro brasileiro: um estudo em pequenos e grandes hotéis no Distrito Federal. *Turismo-Visão e Ação*, v. 11, n. 3, p. 358-374, 2009.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. *Microempreendedor individual. O que é ser um MEI?* Governo Federal, 2009. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/temas/quero-ser/formalize-se/O-que-e-ser-um-mei>> Acesso em: 18 de fevereiro 2017.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. *Estatísticas. Total de Empresas Optantes no SIMEI.* Governo Federal, 2018. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatisticas>>. Acesso em: 23/08/2018.

PORTUGAL, N.; SILVA, S.; JUNIOR, P.; ALVES, A. Microempreendedores individuais: um estudo sobre suas ações e percepções frente às exigências do desenvolvimento sustentável. *Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade-GeAS*, v. 6, n. 1, p. 107-122, 2017.

REIS, I. *Gestão empreendedora: o impacto do Empretec*. Salvador: SEBRAE, 2015.

REZAZADEH, A.; NOBARI, N. Antecedents and consequences of cooperative entrepreneurship: a conceptual model and empirical investigation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, v.14, n.2, p.479-507, 2018.

ROCHA, E.; FREITAS, A. Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor. *RAC, Rio de Janeiro*, v. 18, n. 4, p. 465-486, 2014.

RUPPENTHAL, J.; CIMADON, J. O processo empreendedor em empresas criadas por necessidade. *Gest. Prod.*, v. 19, n. 1, p. 137-149, 2012.

SCHUMPETER, J. *The teory of economic development*. Harvard University Press, 1949.

SATO, G.; YANEZ, R. C; NOLTON, J. Support Networks among micro entrepreneurial women: comparison between Bangladesh, India and the Southern Mexico. *Mercados y Negocios*, n. 31, p.5-24, 2016.

SEBRAE. *Datasebrae. Inadimplência do MEI*. SEBRAE, 2016a. Disponível em: <http://datasebrae.com.br/inadimplencia-do-mei/> Acesso em: 29 de maio de 2018.

SEBRAE. *Datasebrae. Anuário das Mulheres. Empreendedoras e Trabalhadoras em Micro e Pequenas Empresas*. SEBRAE, 2016b. Disponível em: <<http://datasebrae.com.br/empreendedorismo-feminino/#indice>> Acesso em: 31 de maio de 2018.

SEBRAE. *Perfil do Micro Empreendedor Individual*. Brasília: SEBRAE NACIONAL, 2017. Disponível em: <http://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2017/05/Pesquisa-Perfil-do-MEI-2017.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2018.

SEBRAE. *Plano estratégico 2019, o público do SEBRAE*. 7^a Ed. Brasília. UGE, 2018. Disponível em: <[file:///C:/Users/MARA/Downloads/O-p%C3%BAblico-do-Sebrae-2018%20-%20DADOS%20MPE%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/MARA/Downloads/O-p%C3%BAblico-do-Sebrae-2018%20-%20DADOS%20MPE%20(1).pdf)> Acesso: 11/08/2018.

SERASA. *Maioria das empresas de mulheres está no começo*. Disponível em <<https://www.serasaexperian.com.br/sala-de-imprensa/maioria-das-empresas-de-mulheres-esta-no-comeco-segundo-estudo-inedito-da-serasa-experian>> Acesso em 30/05/2018.

SIQUEIRA, W.; PEGHINI, P.; SOUZA, L.; FILHO, J. Atitude empreendedora de proprietários e funcionários intraempreendedores: um estudo comparativo entre visionários e visionistas. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, v. 3, n.1, p. 84-104, 2014.

SOUZA, E.; LOPES JUNIOR, G.; BORNIA, A.; ALVES, R. Atitude Empreendedora: validação de um instrumento de medida com base no modelo de resposta gradual da teoria da resposta ao item. *RAM- Revista de Administração Mackenzie*, v. 14, n. 5, p.230-251. 2013.

STEINER. C. Educating for Innovation and Management: The Engineering Educators' Dilemma. *IEEE Transactions on Education*, v. 41, n. 1, p.1-7, 1998.

SWETHA, M.; REDDY, M. J. M.; SUDHARANI, V. Extent of Empowerment of Women Entrepreneurs on Entrepreneurial and Technological Empowerment. *Journal of Extension Education*, v. 26, n. 4, p. 5333 – 5337, 2016.

TORRES, C. V.; NEIVA E., *Psicologia social: principais temas e vertentes*. Porto Alegre: Artmed, 2011.

TORTATO. R. *Canvas – Uso do Canvas para modelagem do negócio*. SEBRAE PARANA BLOG, 2013. Disponível em: <<http://blog.pr.sebrae.com.br/empreendedorismo/o-uso-do-canvas-para-a-modelagem-do-negocio>>. Acesso em: 28 de maio de 2018.

VALE, G.; CORREA, V.; REIS, R. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade?. *RAC-Revista de Administração Contemporânea*, v. 18, n. 3, p. 311-327, 2014 .

VIAL, V.; HANOTEAU, J. Returns to Micro-Entrepreneurship in an Emerging Economy: A Quantile Study of Entrepreneurial Indonesian Households' Welfare. *World Development*, v.74, p.142-157, 2015.

ANEXO A:
CENTRO UNIVERSITARIO SENAI CIMATEC
DADOS SÓCIO - DEMOGRAFICOS

CIDADE/ESTADO: _____

SEXO: MASCULINO FEMININO

IDADE:

<input type="checkbox"/>	DE 18 A 25
<input type="checkbox"/>	DE 26 A 35
<input type="checkbox"/>	DE 36 A 49
<input type="checkbox"/>	ACIMA DE 50

ESCOLARIDADE:

<input type="checkbox"/>	ENSINO FUNDAMENTAL
<input type="checkbox"/>	ENSINO MÉDIO
<input type="checkbox"/>	ENSINO TÉCNICO
<input type="checkbox"/>	ENSINO SUPERIOR INCOMPLETO
<input type="checkbox"/>	ENSINO SUPERIOR COMPLETO
<input type="checkbox"/>	POS GRADUAÇÃO
<input type="checkbox"/>	MESTRADO
<input type="checkbox"/>	DOCTORADO

MOTIVO QUE TE LEVOU OPTAR PELO MEI.

OPORTUNIDADE
 NECESSIDADE
 OUTRO: _____

QUANTO TEMPO ATUA COMO MEI

<input type="checkbox"/>	DE 0 A 1 ANO
<input type="checkbox"/>	DE 1 A 3 ANOS
<input type="checkbox"/>	DE 3 A 6 ANOS
<input type="checkbox"/>	DE 6 A 10 ANOS

QUAL ATIVIDADE QUE EXERCE COMO MEI:

QUAL SUA RENDA MENSAL?

<input type="checkbox"/>	1 e 2 salários
<input type="checkbox"/>	3 e 4 salários
<input type="checkbox"/>	5 e 6 salários
<input type="checkbox"/>	acima de 6 salários

ANEXO B:
CENTRO UNIVERSITARIO SENAI –CIMATEC

Nome: _____

Empresa: _____ Data: _____

Qtde	Itens	Nun	Raramer	As Vez	Frequentem	Com muita frequen
1	Implemento novas ideias com o objetivo de melhorar a qualidade do meu negócio.					
2	Exploro novas oportunidades de negócio.					
3	Mudo de estratégia, se necessário, para alcançar uma meta					
4	Assumo riscos para expandir o meu negócio.					
5	Defino metas de longo prazo, claras e específicas.					
6	Adoto procedimentos para assegurar que o trabalho atenda a padrões de qualidade previamente estipulados.					
7	Utilizo contatos pessoais para atingir meus objetivos.					
8	Responsabilizo-me pela conclusão dos trabalhos nos prazos estipulados.					
9	Busco informações sobre possíveis clientes.					
10	Confio na minha capacidade de superar desafios.					
11	Busco novas maneiras de realizar tarefas.					
12	Faço projeções claras para o futuro do meu negócio.					
13	Junto-me aos empregados nas tarefas para cumprir os prazos.					
14	Utilizo estratégias deliberadas para influenciar pessoas.					
15	Reviso continuamente objetivos de curto prazo.					
16	Busco informações sobre meu ramo de negócio em diferentes fontes.					
17	Faço sacrifícios pessoais para concluir tarefas.					
18	Mantenho meus objetivos mesmo diante de resultados que não são satisfatórios inicialmente.					
19	Consulto meus registros de controle antes de tomar decisões.					
20	Removo meus esforços para superar obstáculos.					
21	Busco novas soluções para atender às necessidades de clientes.					
22	Planejo as atividades do meu negócio subdividindo tarefas de grande porte em subtarefas.					
23	Procuo criar novos serviços.					
24	Assumo a responsabilidade pela resolução de problemas que possam prejudicar o desempenho de meu negócio.					
25	Considero-me o principal responsável pelo desempenho do meu negócio.					
26	Confio na minha competência como fonte de sucesso do meu negócio.					
27	Emprego esforços extras para a conclusão de tarefas programadas.					
28	Desenvolvo ideias novas para a solução de problemas.					
29	Defino continuamente objetivos de curto prazo.					
30	Assumo riscos com intuito de superar a concorrência.					
31	Crio novas rotinas, objetivando a melhoria do desempenho do meu negócio.					
32	Ajo antes de ser pressionado pelas circunstâncias.					
33	Costumo calcular o risco envolvido nos negócios que faço.					
34	Calculo os riscos de novos investimentos.					
35	Estimulo o espírito de equipe entre meus funcionários.					
36	Estimulo a participação dos funcionários na busca pela solução de um problema.					

ANEXO C:

FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO DO MEI-MICROEMPREENDEDOR
INDIVIDUAL

Instruções:

Este formulário tem o objetivo de avaliar Profissionais do MEI – Microempreendedor Individual em suas atividades de prestação de serviços.

Para isso responda as perguntas abaixo avaliando o último serviço de um Microempreendedor Individual que você contratou.

1- Qual serviço precisou contratar?

2- Qual o seu grau de satisfação ao contratar o serviço deste profissional?

- Muito satisfeito
- Satisfeito
- Neutro
- Insatisfeito
- Muito insatisfeito

3- Cite características positivas relacionadas ao trabalho deste profissional.

4- Quais principais reclamações sobre este profissional?

5- Quais habilidades você considera que o MEI (Microempreendedor Individual) precisa aprimorar para melhorar sua qualificação profissional?

6- Contrata serviços do MEI com que frequência:

- Nunca
- Raramente
- As vezes
- Frequentemente
- Com muita frequência

7 – Qual o seu cargo?

8 - Você é responsável por quais atividades na empresa?

9 – Qual o ramo da empresa?