

CENTRO UNIVERSITÁRIO DOUTOR LEÃO SAMPAIO - UNILEÃO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

JOSÉ GENÁRIO COSTA ALMEIDA

MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL: os desafios de empreender em tempos de crise

Juazeiro do Norte-CE
2019

JOSÉ GENÁRIO COSTA ALMEIDA

MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL: os desafios de empreender em tempos de crise

Trabalho de Conclusão de Curso na modalidade *Artigo Científico*, apresentado à Coordenação do Curso de Graduação em Ciências Contábeis, do Centro Universitário Doutor Leão Sampaio – UNILEÃO, para a obtenção do grau de Bacharel.

Orientador(a): Prof. Francisco Daniel Gomes da Cruz.

Data da Aprovação: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Profª Esp. FRANCISCO DANIEL GOMES DA CRUZ.
Centro Universitário Doutor Leão Sampaio

Profª Me. ANTÔNIA VALDELÚCIA COSTA
Membro 01
Centro Universitário Doutor Leão Sampaio

Prof Me. ANA MARILIA BARBOSA OLIVEIRA
Membro 02
Centro Universitário Doutor Leão Sampaio

Juazeiro do Norte-CE
2019

MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL: os desafios de empreender em tempos de crise

José Genário Costa Almeida ¹
Francisco Daniel Gomes da Cruz ²

RESUMO

Com o aumento das incertezas econômicas a prática do empreendedorismo no Brasil passou a ser cada vez mais frequente, sendo então, uma ótima oportunidade para quem deseja ter o próprio negócio ou superar o desemprego. Assim, o presente artigo tem por objetivo geral analisar como o microempreendedor individual enfrenta os desafios de empreender em tempos de crise e como específicos estudar as características e perfil do microempreendedor individual, descrever os fatores que motivam o indivíduo a empreender e identificar as influências da crise no empreendimento. A pesquisa é de natureza básica, com fontes bibliográficas e de cunho descritivo. As fontes de pesquisas foram livros e sites escolhidos a partir de uma análise por acessibilidade e conveniência. Em face do levantamento das informações pesquisadas, verificou-se que o principal motivo do microempreendedor individual ao abrir um negócio, em tempo de crise, é a escassez de emprego crescente no país. No tocante aos desafios de empreender em tempos de crise, é perceptível que existem oportunidades e necessidades para abrir um negócio, no entanto, a crise provoca oscilações na estrutura financeira e produtiva do empreendimento, gerando barreiras e dificuldades à manutenção da organização ativa no mercado em que está inserida.

Palavras Chave: Microempreendedor Individual. Crise. Desemprego.

ABSTRACT

With the increase of economic uncertainties, the practice of entrepreneurship in Brazil has become more and more frequent, so it is a great opportunity for those who want to have their own business or overcome unemployment. Thus, this article aims to analyze how the individual microentrepreneur faces the challenges to undertake in times of crisis and how specific to study the characteristics and profile of the individual microentrepreneur, describe the factors that motivate the individual to undertake and identify the influences of the crisis in the undertaking. The research is of a basic nature, with bibliographic and descriptive sources. The research sources were books and sites chosen from an analysis for accessibility and convenience. In view of the survey, it was found that the main reason of the individual microentrepreneur when opening a business in a time of crisis is the growing employment shortage in the country. Regarding the challenges to undertake in times of crisis, it is noticeable that there are opportunities and needs to open a business, however, the crisis causes oscillations in the financial and productive structure of the enterprise, creating barriers and difficulties to the maintenance of the organization active in the market in which it is inserted.

Keywords: Individual Microentrepreneur. Crisis. Unemployment.

1 INTRODUÇÃO

¹ Graduando em Ciências Contábeis no Centro Universitário Doutor Leão Sampaio - UNILEÃO, Juazeiro do Norte-CE. E-mail: jgenariocomprasceara@gmail.com

² Prof. Esp. no Centro Universitário Doutor Leão Sampaio - UNILEÃO, Juazeiro do Norte-CE. E-mail: danielcruz@leaosampaio.edu.br

O empreendedorismo pode gerar valor financeiro para a economia através da produção e comercialização de bem ou serviço, dentro de um determinado mercado consumidor (MENDES, 2017).

Para Drucker (2014), está surgindo a geração do empreendedorismo, onde as pessoas estão cada vez mais assumindo os riscos e abraçando as oportunidades de negócio.

Conforme uma pesquisa publicada pela Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2016), a Taxa Total de Empreendedores (TTE) dos brasileiros no ano de 2016, foi cerca de 36%, e a Taxa de Empreendedorismo Inicial (TEA), composta por empreendedores que estão iniciando alguma atividade econômica atingiu aproximadamente 19,6% no mesmo ano.

Em virtude de um cenário de crise em que se percebe, atualmente, grandes mudanças econômicas e políticas, como também o aumento do desemprego e outras incertezas, elevaram-se os desafios de empreender no mercado; este cada vez mais competitivo e desafiador para o microempreendedor (RIGON, 2016).

Diante dessa percepção, questiona-se: o que motiva o microempreendedor individual a abrir um negócio em tempo de crise? Para responder a esta problemática, o presente artigo objetiva, de modo geral, analisar como o microempreendedor individual enfrenta os desafios de empreender em tempos de crise. No tocante aos objetivos específicos estão: estudar as características e perfil do microempreendedor individual, descrever os fatores que motivam o indivíduo a empreender e identificar as influências da crise no empreendimento.

A metodologia do presente estudo é de natureza básica, com fontes bibliográficas, caracterizada como pesquisa descritiva. O artigo justifica-se pelo interesse pessoal em desenvolver um artigo que contemple a área do empreendedorismo.

A presente pesquisa possui grande importância social e acadêmica, visto a utilização da mesma, como fonte de conhecimento para a sociedade, pesquisadores, futuros empreendedores e acadêmicos nas áreas contábeis, econômicas ou administrativas.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL – MEI

Com os avanços tecnológicos, as crises financeiras, o aumento da concorrência e as mudanças no comportamento do consumidor, elevaram-se as necessidades e dificuldades em desenvolver empresas, produtos ou serviços para atender às novas exigências e demandas do mercado (MENDES, 2017).

Drucker (2014) aponta que está se iniciando a geração de negócios empreendedores, onde as pessoas estão assumindo riscos, e abraçando oportunidades em vários segmentos de mercado. O referido autor define empreendedorismo como todo processo criativo ou inovador de iniciar um negócio, bem como aperfeiçoar um empreendimento já existente.

De acordo com Mendes (2017), o empreendedorismo é a capacidade de gerar valor para algum produto ou serviço existente ou a ser lançado no mercado, além de ser todo o processo dinâmico para gerar lucro através de mudanças e inovações nos negócios.

Para Hisrich (2014), o indivíduo empreendedor possui um perfil característico, tais como: iniciativa, organização, mecanismos sociais ou econômicos, visionário, motivador e apto a assumir os riscos existentes. Ainda sobre o perfil do ser empreendedor, Dorlenas (2016) apresenta ser um indivíduo responsável, persistente, otimista e comprometido a atingir objetivos e metas de vida ou de negócios.

Conforme Dornelas (2016), o empreendedorismo no Brasil surgiu na década de 90 por meio da criação de entidades como Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE e Sociedade Brasileira para Exportação de Software – SOFTEX, as quais possuem a natureza de agregar suporte para quem pretende iniciar uma empresa, bem como consultorias para solucionar problemas empresariais e de gestão.

Segundo dados do SEBRAE (2019), o Microempreendedor Individual ou MEI, é aquela pessoa que trabalha por conta própria, possui registro de pequeno empresário e exerce umas das mais de 400 modalidades de serviços, comércio ou indústria. O MEI surgiu em 2008, à luz da Lei nº 128/08, que visa formalizar trabalhadores brasileiros que desempenham diversas atividades sem nenhum amparo legal ou de segurança jurídica. Assim, com esta legislação em vigor desde 2009, houve a formalização de aproximadamente 07 milhões de pessoas como microempreendedores individuais.

Dentre os benefícios da formalização do MEI, tem-se o acesso à aposentadoria, auxílio doença, auxílio maternidade, emissão de notas fiscais e redução do número de impostos, dentre outros (SEBRAE, 2019).

Vale destacar que a arrecadação de impostos ocorre pelo regime do Simples Nacional, ficando o MEI isento dos impostos federais, como o Imposto de Renda, Programa de Integração Social – PIS, Contribuição para Financiamento da Seguridade Social – COFINS, Imposto sobre Produtos Industrializados – IPI e Contribuição Social sobre o Lucro Líquido – CSLL. Outra vertente para o MEI é que o valor máximo de faturamento anual das atividades desempenhadas é de R\$ 60 mil, porém a partir de 2018, com a Lei Complementar n. 155, o

novo limite de faturamento passou a ser de R\$ 81 mil anual, ou R\$ 6.750,00 mensais (SEBRAE, 2019).

O microempreendedor individual possui as mesmas características comuns de um empreendedor, por exemplo: a capacidade de assumir riscos calculados, aproveitar as oportunidades, buscar informações, força de vontade, planejamento, controle, liderança, persistência, espírito empreendedor, autoconfiança e independência pessoal (FARAH; CAVALCANTI; MARCONDES, 2010).

Para Oliveira (2014), existem fatores que motivam o indivíduo a se tornar um empreendedor ou, em tese, um MEI, Citando-se aqui às necessidades, oportunidades de negócio, desejo pessoal, liberdade financeira, flexibilidade de trabalho e desemprego.

Com base no pensamento dos autores mencionados, verifica-se que o microempreendedor individual é aquele que, por necessidade, oportunidade ou outros fatores, desenvolve um tipo de negócio em certo segmento de mercado.

Portanto, o microempreendedor é aquele que desenvolve alguma atividade econômica por necessidade ou oportunidade, assumindo os riscos ao objetivar autonomia profissional ou financeira, aumentar a rentabilidade para auxiliar nas despesas da família e superar o desemprego.

2.2 FATORES MOTIVACIONAIS PARA INICIAR UM EMPREENDIMENTO

Qualquer negócio empreendedor inicia-se pelo desejo pessoal de um indivíduo em abrir uma empresa, no dialeto popular, seguido pelo reconhecimento de uma oportunidade local e pela necessidade da região a qual a ideia empreendedora será montada, bem como as do próprio empreendedor, visto melhorar as condições financeiras, superar o desemprego e conquistar um espaço no mercado (DORNELAS, 2016).

Segundo dados da pesquisa do Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2016), há dois tipos básicos de motivação para empreender: empreendedorismo por oportunidade, ligado à percepção do nicho de mercado e empreendedorismo por necessidade, relacionado à falta de renda e ocupação empregatícia.

O empreendedorismo por oportunidade, impulsiona a maioria dos negócios levando em conta a análise do mercado como um todo, vantagens competitivas, desejo de ter o próprio negócio, disponibilidade de tempo, insatisfação com o emprego e a existência de clientes local para aquele tipo de empreendimento (FARAH; CAVALCANTI; MARCONDES, 2010).

No empreendedorismo por oportunidade, mesmo com outras possibilidades de renda, o empreendedor prefere criar seu próprio negócio, muitas vezes não dominante de um nível maior de escolaridade ou possuinte de formas para captar recursos para criar e conduzir o negócio, apenas com a visão de empreender (GEM, 2016).

A oportunidade de negócio pode representar uma possibilidade para o empreendedor atender uma necessidade insatisfeita da sociedade ou clientes, resultando em vendas e lucros (HISRIC, 2014).

O reconhecimento da oportunidade empreendedora surge não apenas na criação de um novo produto, mas através de uma rede que envolve visão, reflexão, cultura, tecnologia e experiências, que para identificar e criar suas próprias oportunidades, o empreendedor necessita estar voltado com atenção aos movimentos e mudanças que estão ocorrendo ao seu redor, mantendo-se atualizado e agregando valor aos processos ou serviços de forma inovadora (TAJRA, 2014).

O empreendedorismo por necessidade, é quando o indivíduo se encontra em situação de desemprego ou quando necessita aumentar a renda para manter financeiramente a família, compreendido ainda pela insatisfação pessoal, melhorias na qualidade de vida e busca reconhecimento profissional (DORNELAS, 2016).

A motivação para empreender via necessidade, relaciona-se com a vontade individual ou coletiva de sair da rotina e levar as próprias ideias a um patamar mais elevado, com também a necessidade ou desejo de provar a si próprio e aos outros, a capacidade de montar um negócio que traga benefícios pessoais e para a sociedade (FARAH; CAVALCANTI; MARCONDES, 2010).

O empreendedorismo por necessidade ocorre pelo simples fato da pessoa não ter outra opção de renda melhor, e traz consigo uma urgência em captar dinheiro por meio da prestação de um serviço ou venda de um produto, no entanto, em muitos casos, há alguma precariedade na condução do negócio: falta de planejamento, desconhecimento do mercado e restrições quanto aos investimentos iniciais, principalmente no setor alimentícios com os restaurantes, cafés, bares e bufê (GEM, 2016).

Com base na Global Entrepreneurship Monitor – GEM, em 2016, no período de retração da economia nacional o empreendedorismo continuou a crescer, porém, puxado pelo componente da necessidade, significando que o empreendedorismo no Brasil pode estar assumindo uma independência, tendo em vista o nível de atividade econômica fortalecido, mudança no comportamento do consumidor, brasileiros construindo negócios simples com menor escala de faturamento e a lei responsável por criar o MEI.

Felipini (2011) destaca que no Brasil o empreendedorismo vem ganhando novas formas, principalmente com o surgimento do e-commerce e a criação de empreendimento virtual, movida pela necessidade e oportunidade. O autor em questão chama a atenção para as pessoas que passaram a usar a internet para divulgar produtos ou serviços, o que acarretou no crescimento do marketing digital, possibilitando investimentos ao montar empresas virtuais.

Esta manobra gerou oportunidades de investimentos em vários ramos do mercado, permitindo aos empreendedores suprirem suas necessidades de abrir um negócio, utilizando a internet para tal ação com um baixo custo, excelente canal de marketing, disponibilidade de tempo e realização pessoal (FELIPINI, 2011).

De acordo com o exposto, o empreendedorismo no Brasil aumentou em função da insatisfação e necessidade de superar os desafios em termos financeiros, gerados pelo desemprego. Paralelo a esta ocorrência, as oportunidades de negócios despertou nas pessoas o interesse em montar empreendimentos em certos segmentos do mercado como um todo.

2.3 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL NOS TEMPOS DE CRISE

A crise financeira provinda da queda mundial no preço do barril de petróleo, como também pelas consequências dos escândalos de corrupção e pelas as inúmeras irregularidades econômicas, gerou um aumento significativo no nível de desemprego no Brasil, atingindo um percentual de 11,9% em 2016, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2019).

Tendo em vista que a crise financeira ocasionou uma onda de desempregados em todo o país, as pessoas passaram a buscar novas formas de sustentar as necessidades pessoais e familiares, surgindo com esta ocorrência um crescente aumento no número de microempreendedores individuais, de acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE (2019).

Siqueira, Rocha e Telles (2013) apontam que o MEI encontrou, na execução de atividades econômicas simples, formas de conseguir potencializar a capacidade profissional própria, alcançar independência financeira, superar a crise e satisfazer as necessidades pessoais ou familiares. No entanto, os referidos autores abordam que o MEI tem encontrado dificuldades em realizar ações empreendedoras em tempos de crises, tendo em vista a falta de preparo intelectual ou profissional do mesmo.

Barbosa Filho (2017) destaca que em período de crise o ambiente empreendedor sofre mudanças significativas, considerando a premissa das dificuldades financeiras em vários

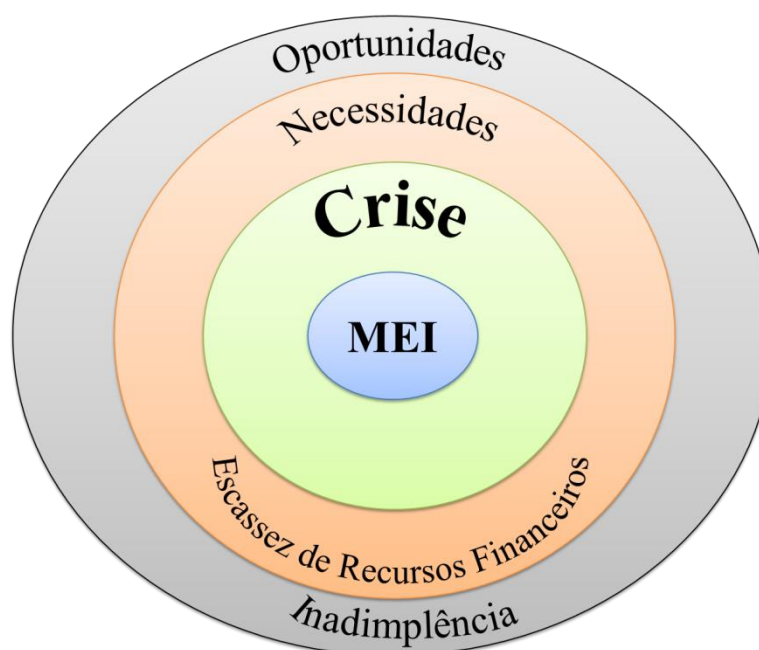
setores socioeconômicos, diminuição de clientes, falta de capital de giro para iniciar o empreendimento e desmotivação frente ao investimento.

Conforme Oliveira (2014), quanto maior for a taxa de desemprego, maior será o estímulo para a criação de novos negócios para trabalhar por conta própria. Para este mesmo autor, empreender na crise não é uma tarefa fácil, mediante a tentativa de gerar renda em um período onde há pouca circulação de moeda no mercado impulsionando muitas vezes a escassez de consumidores.

Barbosa Filho (2017) afirma que economia brasileira enfrenta uma grave recessão financeira desde o ano de 2014, ocasionada por erros de uma política econômica insuficiente que provocou fortes reduções nos investimentos de diversos setores, incluindo os empreendimentos dos microempreendedores.

A figura 01, a seguir, apresenta os aspectos que desmotivam e motivam o microempreendedor a iniciar um negócio em tempos de crise.

Figura 01: Microempreendedor individual em período de crise.



Fonte: RIGON, 2016.

Com base na figura 01, o microempreendedor individual depara-se com os fatores motivacionais, oportunidade e necessidades, que são respectivamente ligados aos anseios do próprio indivíduo, por exemplo, ser dono do próprio negócio, ter independência financeira e melhorias na renda familiar (RIGON, 2016).

Porém, com os advindos da crise ocorrem os fatores de desmotivação, que são a falta de captação de recursos financeiros para abrir um empreendimento ou ainda compor o capital de giro necessário para montar o investimento, bem como a falta de materiais, máquinas ou equipamentos (RIGON, 2016). No tocante a inadimplência, o autor remete ao fato dos possíveis consumidores comprarem, mas não usufruírem de condições financeiras para sanar as dívidas, um efeito da crise, prejudicando assim o MEI.

Diante da crise, o empreendedorismo por necessidade tornou-se frequente em uma escala global, onde somente no Brasil alavancou-se o número de microempreendedores individuais, em especial nas regiões sul e sudeste (GEM, 2016).

Existem barreiras para quem deseja iniciar um tipo de atividade econômica em determinado segmento de mercado, considerando como tais: a falta de recursos financeiros, a inexistência de experiências profissionais ou as concorrências desleais (SIQUEIRA; ROCHA; TELLES, 2013).

Para Vicente (2017), estas barreiras em situações de crise podem ser frustrantes para o MEI, levando-o a desmotivação ou falência do negócio. Todavia, o microempreendedor individual mesmo em situações de risco do empreendimento não atingir sucesso, assume uma postura visionária e desenvolve produtos e serviços com auxílio da criatividade e experiências de trabalho.

Considerando o discutido neste tópico, o MEI desenvolve por meio da customização um ramo de negócio e o insere no mercado, cujo sentido do empreendimento iniciado está na busca da eficiência e satisfação pessoal ou coletiva quando existem ações em parcerias. Mesmo com a crise o empreendedor molda o negócio através dos erros e acertos, adaptando o empreendimento às mudanças provindas do ambiente econômico, social ou político.

3 METODOLOGIA

O presente artigo possui fontes bibliográficas realizadas a partir de registros em livros, artigos e sites. Quanto aos procedimentos, o é caracterizado como pesquisa bibliográfica, abrangendo o estudo de opiniões, percepções, dado estatístico e concepções acerca de um determinado assunto. A pesquisa é de cunho descritivo, levando em consideração a busca por informações sobre as eventualidades discutidas na teoria (SEVERINO, 2016).

As fontes de pesquisas foram livros e sites escolhidos a partir de uma análise por acessibilidade e conveniência (CRESWELL, 2010).

Quanto à análise e interpretação dos dados, aconteceu por meio do alinhamento, interpretação e compreensão entre os resultados obtidos na pesquisa com a fundamentação teórica apresentada no artigo.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Analisando pesquisas lançadas pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE em 2019, a quantidade de microempreendedor individual aumentou gradativamente em forma de resposta aos elevados índices de desemprego. O desemprego no Brasil acelerou consideravelmente, forçando algumas pessoas a iniciarem um empreendimento.

Com base em pesquisas de 2016, da Global Entrepreneurship Monitor – GEM, o setor alimentício no Brasil cresceu 26% comparando com os índices de 2015. Esse aumento considerável deu-se no mesmo período em que o país passava por uma crise financeira, cujos efeitos ainda são sentidos na atualidade.

Esse crescimento no setor alimentício só foi possível porque muitas pessoas que estavam desempregadas em 2016 começaram a montar trabalhos informais no setor em questão, conhecido por vendedores ambulantes.

De acordo com especialistas em comércio do Instituto Comércio Rio em 2019, os vendedores ambulantes de maneira informal passaram a ocupar dos pequenos aos grandes centros comerciais para venderem seus produtos alimentícios, onde se pôde observar uma grande concorrência informal por esse mercado.

Segundo dados de uma pesquisa realizada pela Pontifícia Universidade Católica - PUC em 2018, a informalidade de trabalho de vendedores ambulantes foi à saída que muitos brasileiros encontraram para superar a crise. Fora apontado ainda que o ambiente de trabalho não oferece condições favoráveis para o desenvolvimento de empreendimentos por microempreendedores, existem desafios, inadimplência, falta de segurança, clima, falta de experiência em gerenciamento ou gestão de vendas, impostos municipais e concorrência. A crise também é vista como um grande desafio para os microempreendedores individuais, pois acarreta a diminuição de cliente, impede a circulação de dinheiro e aumento do preço da matéria-prima.

O maior desafio com base em recentes artigos científicos é a inadimplência nos negócios, ou empreendimentos em tempos de crises, que acrescentam ainda a fiscalização nos

grandes mercados, locais onde muitos microempreendedores atuam na informalidade do negócio.

O microempreendedor individual é motivado a enfrentar os desafios de empreender em tempos de crise pela falta de oportunidades no mercado de trabalho formal. Com fundamento em estudos da GEM em 2016, boa parte dos microempreendedores visa melhorar a condição financeira, objetivando melhorar a estrutura familiar em sentido financeiro.

Ter o próprio negócio é apontado por recentes pesquisas do SEBRAE, em 2017, como um fator motivacional para empreender no Brasil, principalmente em tempos de crise, instabilidade econômica e desemprego. Dados do SEBRAE de 2018 ainda apontam a disponibilidade de tempo que impulsiona algumas pessoas para iniciar uma atividade econômica em casa, de porta em porta, ou em centros comerciais.

No tocante aos desafios de empreender em tempos de crise, a GEM (2016), apresenta oportunidades de empreender em certos nichos de mercado, mesmo frente à crise, por exemplo, o setor alimentício. O MEI encontra em si mesmo a necessidade para abrir um negócio, na essência empreendedora, vontade de crescer financeira e sonho de ter o próprio negócio.

Vale ressaltar, que a crise provoca oscilações e mudanças inesperadas no mercado como um todo, no entanto é necessário que o microempreendedor esteja atento a essas mudanças no sentido de desenvolver estratégias para superar os efeitos da crise sobre o empreendimento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos procedimentos teóricos e metodológicos utilizados no presente artigo, pode-se considerar que o microempreendedor individual do ramo alimentício da cidade de Mauriti, adentrou nesta atividade econômica mediante ao forte desemprego. Ressaltando que iniciar um negócio em tempos de crise, há alguns desafios, por exemplo, diminuição de clientes, aumento do preço da matéria prima e elevação no número de concorrentes.

O que motiva o microempreendedor individual a enfrentar os desafios de empreender em tempos de crise é a falta de oportunidades no mercado de trabalho formal, melhorar a condição financeira, ter o próprio negócio e disponibilidade de tempo, tomando como base os desafios de empreender em tempos de crise. Pode-se identificar que existem oportunidades e necessidades para abrir um negócio, no entanto, a crise provoca complicações e oscilações na

estrutura financeira e produtiva do empreendimento, gerando barreiras e dificuldades para manter o negócio ativo no mercado.

No tocante às dificuldades enfrentadas pelo MEI, foram observadas o que o ambiente de trabalho não oferece condições favoráveis para o desenvolvimento do empreendimento, bem como o clima, impostos e fiscalização.

É necessário haver formações técnicas para que estes empreendedores consigam obter sucesso com o negócio iniciado no setor alimentício, na cidade em estudo. Fica aberta então, para futuros estudos, a forma como o MEI pode transformar o empreendimento já em execução, ou a ser iniciado em uma microempresa.

De modo geral, quando o indivíduo percebe a capacidade de gerar renda por intermédio da montagem de um negócio em determinado segmento de mercado, este pode formalizar-se como microempreendedor individual e obter vantagens em termos econômicos, tributários e administrativos. Existe a necessidade de uma formação técnica para o MEI, pois o negócio iniciado necessita ser desenvolvido com todo um aparato de planejamento, execução e controle, almejando assim atingir resultados satisfatórios, mesmo em tempos de crises.

REFERÊNCIAS

BARBOSA FILHO, Fernando de Holanda. A crise econômica de 2014/2017. **Estudos Avançados**, v. 31, n. 89, p. 51-60, 2017.

CRESWELL, John. **Projeto de Pesquisa: Métodos Qualitativo, Quantitativo e Misto**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2016.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e Espírito Empreendedor**. 10. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

FARAH, Osvaldo Elias; CAVALCANTI, Marly; MARCONDES, Luciana Passos. **Empreendedorismo Estratégico**. Criação e gestão de pequenas empresas. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

FELIPINI, Dailton. **Empreendedorismo na Internet: Como agarrar essa nova oportunidade de negócio**. 3. ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2011.

GEM, Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. 22. ed. Curitiba: IBQP, 2016.

HISRIC, Robert D. **Empreendedorismo**. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Desemprego Volta a Crescer no Primeiro Trimestre de 2018**. Disponível em:

<<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/20995-desemprego-volta-a-crescer-no-primeiro-trimestre-de-2018>>. Acesso em: 14 mar. 2019.

MENDES, Jerônimo. **Empreendedorismo 360: A Prática na Prática**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

OLIVEIRA, Marços. **Passos na Trajetória de um Empreendedor**. 2. ed. São Paulo: Nobel, 2014.

RIGON, Fernando. **O Cenário Atual da Economia Brasileira e as Tendências para as Cooperativas de Crédito: Caso Sicredi**. Ijuí: UNIJUÍ, 2016.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. 24. ed. São Paulo: Cortez, 2016.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Você sabe o que é um Microempreendedor Individual**. Disponível em: <<https://blog.sebrae-sc.com.br/voce-sabe-o-que-e-um-microempreendedor-individual-mei/>>. Acesso em: 06 mar. 2019.

SIQUEIRA, João Paulo Lara de; ROCHA, Joyce Silva Leal da; TELLES, Renato. **Microempreendedor: Formalidade ou Informalidade**. 1. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

TAJRA, Sanmya Feitosa. **Empreendedorismo: Conceitos e Práticas Inovadoras**. 1. ed. São Paulo: Érica, 2014.

VICENTE, Marcos. **Empreendedorismo e Crise**. 1. ed. Rio de Janeiro: Vitrine, 2017.