

PERCEPÇÃO DOS NOVOS MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS DAS CIDADES DE MANHUAÇU, DURANDÉ E MATIPÓ SOBRE A FORMALIZAÇÃO DOS SEUS NEGÓCIOS DURANTE A PANDEMIA COVID-19.

Autor: Luan Patrick Reis Serafim Leite

Orientador: Lilian Beatriz Ferreira Longo

Curso: Administração **Período:** 8º

Área de Pesquisa: Ciências Sociais Aplicadas

Resumo: Com o surgimento da pandemia da COVID-19 causada pelo coronavírus, grandes desafios surgiram para a economia brasileira e mundial, afetando bruscamente a vida laboral das pessoas. Muitos indivíduos se viram em situação de vulnerabilidade social e perda salarial, o que levou a busca por alternativas, como em negócios próprios, causando um reflexo na ascensão de novos microempreendedores individuais. Diante disso, esse estudo teve como objetivo descrever a percepção dos novos microempreendedores individuais da Zona da Mata Mineira, que surgiram durante a pandemia, sobre a formalização do empreendimento por meio do cadastro MEI. Para isso foi realizada uma pesquisa descritiva com abordagem qualitativa, utilizando-se de uma entrevista semiestruturada, sendo a amostra escolhida por conveniência. Os resultados apontam que os novos microempreendedores da Zona da Mata Mineira possuem uma visão positiva e clara sobre os benefícios ofertados pela formalização através do cadastro MEI, sendo algo que agrega no desempenho e crescimento de seus negócios. Portanto, conclui-se que, embora em contexto pandêmico, a formalização por meio do cadastro MEI se tornou efetiva para a construção do negócio da amostra pesquisada, vista suas características de fácil acesso e grandes benefícios.

Palavras-chave: Microempreendedores. Pandemia. Covid-19. Formalização.

1. INTRODUÇÃO

Com o surgimento da pandemia da COVID-19 (do inglês *Coronavirus Disease 2019* ou doença do coronavírus 2019), grandes desafios surgiram para a economia brasileira e mundial. A vida laboral das pessoas tem sido bruscamente atingida com a exposição de contágio, transferência para *home office* e até mesmo a perda de seu emprego e renda (SILVA, 2020). Nessa situação, muitos indivíduos se viram em situação de vulnerabilidade social com sua perda salarial. A busca por alternativas, como o trabalho autônomo em negócios próprios, causou um reflexo na ascensão de novos microempreendedores individuais (VIALLI, 2020). Segundo dados do Portal do Empreendedor do Governo Federal (2021), em 31 de dezembro de 2020 o número total de microempreendedores individuais formalizados eram de 11.316.853, número esse, que é cerca de 20% maior comparado ao ano de 2019, quando se tinham 9,4 milhões de registros (CORRÁ, 2021). Em contrapartida, de acordo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (2020), somente no segundo trimestre de 2020, 8,9 milhões de brasileiros perderam seus empregos de carteira assinada.

A formalização de um micro empreendimento é realizada através do cadastro do Microempreendedor Individual (MEI). Esse cadastro é realizado junto ao Portal do Empreendedor e está disponível para pessoas que querem começar o próprio negócio ou já atuam comercialmente de maneira informal e possuem faturamento de até 81 mil reais anualmente. O Portal do Empreendedor (2020) traz algumas informações

sobre os benefícios de ser um MEI, como a emissão de um Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ), o que possibilita a regulamentação de serviços, emissão de notas fiscais, baixo custo em tributação e apoio técnico do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE.

Como constatado através dos dados, uma grande parcela da população brasileira se encontra desempregada e parte dela buscou o micro empreendimento como opção para sanar suas necessidades. Sendo assim, esse estudo tem a seguinte problemática: Qual a percepção dos novos microempreendedores individuais da Zona da Mata Mineira, que surgiram durante a pandemia, sobre a formalização do empreendimento por meio do cadastro MEI?

Este estudo torna-se relevante, pois o cenário econômico gerado pela pandemia da COVID-19 trouxe uma maior taxa de desemprego e uma nova geração de microempreendedores no Brasil (VIALLI, 2020). O cenário pandêmico vivenciado nos últimos tempos foi uma situação fora de controle e inesperada. Essa situação é um grande obstáculo para os MEI, que, em grande maioria, não possuem estrutura para gerir esse tipo de crise em seu negócio (LACERDA, 2020). No entanto, a formalização de seu empreendimento através do cadastro MEI agrega diversos benefícios, como o acesso ao Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) e linhas de créditos com menores juros. O empreendedorismo muda significativamente na forma de redistribuição econômica em tempos de crise (LEKOVIC; MARIĆ, 2016), como o caso do surgimento da COVID-19. Apesar dos benefícios e fácil acesso, alguns microempreendedores ainda não buscam a formalização por falta de informações, medo e o sentimento de acomodação (LACERDA, 2020). Além dos novos obstáculos, a pandemia estimulou o crescimento de microempreendedores por diversos fatores (LACERDA, 2020).

Diante disso, este estudo tem como objetivo analisar a percepção de novos microempreendedores individuais da Zona da Mata Mineira, que surgiram durante a pandemia, sobre a formalização do empreendimento por meio do cadastro MEI. Espera-se, desse modo, contribuir com as pesquisas relacionadas a essa temática, compreendendo melhor as motivações dos microempreendedores para a formalização de seus negócios.

Para isso, o trabalho foi dividido em cinco tópicos, começando por esta introdução, seguida do referencial teórico com a revisão bibliográfica. O terceiro tópico consiste da metodologia aplicada ao trabalho. A análise dos dados foi descrita no quarto tópico e por fim, no quinto tópico, encontra-se a conclusão do estudo.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1. Referencial Teórico

2.1.1. Empreendedorismo

O empreendedorismo é um conjunto de ações que buscam a geração de riquezas pessoais e sociais, trazendo maiores performances para sociedades que o praticam e apoiam (BAGGIO; BAGGIO, 2014). Para Dornelas (2004, p. 01) o empreendedorismo “significa fazer algo novo, diferente, mudar a situação atual e buscar, de forma incessante, novas oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação e a criação de valor”. Já para Sentanin e Barboza (2005, p. 02), o empreendedorismo “é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades, e a perfeita implementação

destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso”. Baggio e Baggio (2014) entendem que,

o vocábulo é derivado da palavra *imprehendere*, do latim, tendo o seu correspondente, “empreender”, surgido na língua portuguesa no século XV. A expressão “empreendedor”, segundo o Dicionário Etimológico Nova Fronteira, teria surgido na língua portuguesa no século XVI. Todavia, a expressão “empreendedorismo” foi originada da tradução da expressão *entrepreneurship* da língua inglesa (BAGGIO; BAGGIO, 2014, p. 25).

Com o passar do tempo, o termo “empreendedorismo” passou a ter novos significados e parou de ser apenas sobre negócios e empresas, também estando relacionado a uma forma de comportamento, recebendo influências de novas áreas do conhecimento como a psicologia e a sociologia, trazendo novos significados para o termo (ALVES, 2009).

Segundo Hisrich e Peter (2004), o papel do empreendedorismo no avanço e desenvolvimento econômico vai além apenas do aumento de produção e geração de renda. Ele também está atrelado a iniciar e construir mudanças na base e estrutura do negócio e da sociedade.

O empreendedor possui um espírito livre e aventureiro, onde é capaz de sobressair à concorrência, gerar inovações e até mesmo criar novos mercados. Ele é responsável pelo desenvolvimento econômico, onde estimula o fluxo circular da economia, a tornando mais dinâmica e competitiva (SOLEDADE, 2015). O empreendedor pode iniciar ou operar um negócio já existente. Ele detecta uma oportunidade e desenvolve uma ideia para capitalizar sobre a oportunidade observada. Assume riscos e responsabilidades sobre suas decisões, mas sempre busca continuar inovando (BAGGIO; BAGGIO, 2014).

Neste contexto, o perfil do empreendedor pode ser caracterizado em cinco elementos principais, sendo: criatividade e inovação, onde ele identifica oportunidades antes das demais pessoas; habilidade, direcionando seu foco para seus objetivos pré-definidos; foco na geração de valor, buscando realizar as tarefas da melhor forma, com menor custo e maior rapidez; força de vontade, onde acreditam em seu potencial; e habilidade, para alcançar suas metas, correr riscos perante o mercado (FERNANDES *et al.*, 2020).

2.1.2. Microempreendedor individual (MEI)

O microempreendedor individual se caracteriza por um profissional autônomo que gerencia seu próprio negócio (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2021). Para a formalização desse microempreendedor e para que consequentemente ele se torne um contribuinte, ele deve realizar seu cadastro MEI através do Portal do Microempreendedor. Essa modalidade de formalização está disponível tanto para profissionais informais já atuantes quanto para quem deseja iniciar o próprio negócio com faturamento de até 81 mil anuais (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2021). Ainda segundo informações do Portal do Empreendedor (2021), a formalização do empreendimento traz diversos benefícios para o autônomo, como emissão de nota fiscal, baixo custo tributário mensal, acesso a serviços bancários como empréstimos, registro de um CNPJ, alvará de funcionamento sem custo e contratação de até um funcionário com carteira assinada.

Historicamente, o Brasil sempre possuiu um alto número de trabalhadores informais. Desde a instituição da Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT) o país passou a maior parte do tempo com uma quantidade menor de trabalhadores formais do que trabalhadores informais, sendo a maior parte dos trabalhadores brasileiros desamparados pela legislação trabalhista (SILVA, 2020).

[...] A menor média histórica brasileira de trabalhadores informais é do ano de 2013, 37,4%. Em números absolutos representavam cerca de 30 milhões de trabalhadoras e trabalhadores que não tinham acesso à proteção social proporcionada pelos direitos trabalhistas (SILVA, 2020, p. 02).

De acordo com o Conselho Regional de Contabilidade de Mato Grosso do Sul (CRCMS, 2009), o programa MEI foi criado pelo Governo Federal no ano de 2009 e possui o intuito de reduzir o grande número de trabalhadores informais no país. Outro objetivo do programa é atuar na inclusão social, proporcionando ao microempreendedor o reconhecimento de sua cidadania jurídica e amparo previdenciário.

Segundo análises das motivações e dificuldades no processo de formalização do microempreendedor individual, as dificuldades mais apontadas após o processo de formalização dizem respeito à emissão de nota fiscal, por não possuírem um sistema próprio para essa função. Assim, é necessário se dirigir a algum órgão competente para o procedimento. Outro ponto importante está relacionado às dificuldades de acesso à financiamentos e créditos bancários, onde, mesmo com a formalização em dia, os microempreendedores ainda enfrentam barreiras nas agências bancárias (CAMPOS *et al.*, 2019).

2.1.3. Empreendedorismo de impacto

O empreendedorismo é o processo de inovar e assumir riscos. Mesmo que a própria definição de empreender esteja atrelada à disposição de se arriscar em atividades que envolvam diferentes vertentes da vida, ninguém estava preparado ativamente para assumir riscos tão grandes quanto os gerados pela crise da COVID-19 (HISRICH *et al.*, 2009; LOCATELLI *et al.*, 2020). Entretanto, durante essa crise global, algumas mudanças ocorridas foram benéficas. Apesar dos novos desafios, também surgiram novas oportunidades e perspectivas para grande parte da população. De acordo com Guimarães e colaboradores (2020 p. 01) “em um momento de crise, o empreendedorismo por necessidade, ou seja, aquele em que as pessoas recorrem para garantir uma fonte de renda para sobrevivência é mais comum”. Muitos trabalhadores que tiveram sua vida afetada financeiramente pela pandemia precisaram buscar alternativas para obter fonte de renda através de novos negócios, tornando-se assim o que pode ser considerado como empreendedores de impacto (DOURADO, 2021).

Empreendedorismo de impacto ou até mesmo empreendedor de impacto são termos adotados nesse trabalho, conforme descrito por Vialli (2020), para fazer referência às pessoas que foram afetadas de alguma forma pela pandemia e tiveram o micro empreendimento como uma escapatória para enfrentar seus problemas, sendo o problema mais corriqueiro entre eles a falta de emprego. Esse cenário de empreendedores de impacto claramente foi agravado pelo atual cenário pandêmico, onde novas pessoas passaram a se encontrar em diferentes estágios de vulnerabilidade social, causando um reflexo no crescimento do número de novos

microempreendedores individuais (VIALLI, 2020). Dentre as características do microempreendedor que surgiu na pandemia, a mais perceptível é a perseverança, pois eles encaram o empreendimento como uma forma de superação e solução para seus problemas financeiros atuais, onde grande parte desses empreendimentos está baseada na sobrevivência pessoal de seu gestor (GUIMARÃES *et al.*, 2020). O Quadro 1 aponta as perspectivas que podem afetar à ação empreendedora sob um choque exógeno, conforme observa-se abaixo:

QUADRO 1: Perspectivas que podem afetar à ação empreendedora sob um choque exógeno

Concepções	Contribuições
Planejamento de negócios	A empresa deve avaliar as oportunidades do mercado e designar os caminhos adequados, apesar da pandemia ser um imprevisto fora das avaliações, o planejamento prévio, mesmo que simples, ajuda a passar por momentos de crise com mais facilidade.
Frugalidade	Vem com a ideia de diminuir o consumo e, paralelamente construir riquezas em períodos de incertezas econômicas. Ideia que pode ser fortemente utilizada para auxiliar empreendedores a se recuperarem das incertezas econômicas causadas pela pandemia.
Suporte emocional	Relações sociais trazem um amparo emocional e de informações, muito importante nesse momento de instabilidades emocionais. Os empreendedores estão tendo e experimentando o conforto emocional de forma remota, online, e com pessoas de diversas áreas, fator esse que tem aumentado a produtividades deles.

Fonte: Locatelli *et al.*, 2020.

Todavia, empreender em momentos de crise significa usufruir de novas oportunidades oferecidas pelo mercado, superar desafios e colocar novas ideias em prática, buscando fazer a diferença com serviços e produtos para o público-alvo. Porém, para identificar a melhor oportunidade, é necessária uma pesquisa de mercado, reconhecendo assim o que mais identifica com o perfil empreendedor de cada um (COSTA, 2021).

Dourado (2021) afirma que médias e grandes empresas terminaram 2020 com resultado negativo de 193,6 mil empregos. Em contrapartida, micro e pequenas empresas conseguiram reverter a perda de postos de trabalhos, gerando 293,2 mil novos empregos. Em geral, essas empresas proporcionaram um saldo final de 142,7 mil empregos gerados no país durante o ano, evitando assim que o número de desempregados fosse ainda maior. Ainda de acordo com o autor, o número de MEI também aumentou no ano de 2020. Do total de 3.359.750 empresas inauguradas, 2.663.309 eram MEI, demonstrando um crescimento de 8,4% em relação ao ano de 2019. Em março de 2021 eles totalizaram em 56,7% do total de negócios em atividade no país (DOURADO, 2021).

A pandemia do novo coronavírus também influenciou diretamente os negócios já existentes. As micro e pequenas empresas possuem maior facilidade de adaptação em momentos instáveis. Entretanto, são elas que sentiram em maior escala os reflexos da crise (SEBRAE, 2020a). O mais afetado em pequenos negócios na pandemia foi o faturamento semanal. Em pesquisa, entrevistados pelo Serviço alegaram que houve queda de 69% com relação a uma semana normal. Alguns

segmentos se estabilizaram em patamares menores comparados ao pré-crise. Além disso, o comércio eletrônico cresceu com a crise (SEBRAE, 2020b).

Segundo o Sebrae/MG (2020, p. 08),

[...] momentos de grande instabilidade como o experimentado no contexto de pandemia do coronavírus costumam deixar explícitos os pontos fracos da gestão de um negócio, mas se é possível ver o lado bom dessa história, talvez seja a oportunidade de refletir sobre oportunidades de melhoria.

Desse modo, Costa (2021, p. 01) afirma que o empreendedor precisa “rever o seu modelo de negócio e se adequar à nova realidade, a qual exige novidades em produtos e serviços, na experiência de compra, na qualidade das entregas”, realizar um diagnóstico geral da empresa, com vendas e finanças, principalmente. Ainda de acordo com o autor, é necessário “identificar o que está atrapalhando e o que pode mudar e criar ações práticas para obter resultados rápidos”. Sendo assim, alguns segmentos conseguiram maior destaque no período da pandemia, principalmente os que utilizaram *e-commerce* e *delivery* para atendimento ao público (COSTA, 2021).

2.2. Metodologia

De acordo com o Diário de Manhuaçu (2021), dentre os estados brasileiros, Minas Gerais é o terceiro estado com o maior número de adesão e formalização ao programa MEI no ano de 2020. Dentro do estado, uma das regiões com maior destaque em adesão ao programa do Governo Federal foi a Zona da Mata, representando uma média total de 23 mil novos microempreendedores individuais no ano de 2020, sendo por este motivo, a região escolhida para a realização desta pesquisa.

Optou-se pelo tipo de pesquisa descritiva, uma vez que se buscou interpretar e conhecer uma realidade sem interferi-la (VIEIRA, 2002), tendo como objetivo do estudo descrever a percepção de novos microempreendedores individuais da Zona da Mata Mineira que surgiu durante a pandemia, sobre a formalização do empreendimento por meio do cadastro MEI. Em conjunto, foi realizada uma abordagem qualitativa, buscando uma compreensão mais profunda sobre o tema sem preocupação com representatividade numérica (GERHARDT; SILVEIRA, 2009). Como coleta de dados, foi realizada uma entrevista semiestruturada, onde foram levadas algumas questões propostas pelo entrevistador, porém dando liberdade ao entrevistado para discorrer sobre assuntos oriundos do tema central abordado (NASCIMENTO, 2008). Para esse estudo, empregou-se a entrevista, aliada ao método de história de vida, que utiliza a vivência e história do entrevistado para relatar sobre o tema pesquisado (MAESTRI; MINDAL, 2013). Com isso, foram entrevistadas quatro microempreendedoras, que surgiram a partir de março de 2020 nas cidades de Manhuaçu, Durandé e Matipó, pertencentes da Zona da Mata Mineira, escolhidas por conveniência. Esse é um tipo de amostragem não probabilística onde o entrevistador seleciona a amostra mais acessível a ele (OLIVEIRA, 2001).

2.3. Discussão e análise de resultados

2.3.1. Perfil da amostra pesquisada

Após a coleta de dados, iniciou-se a análise e discussão dos resultados. Para a história de vida, foram entrevistadas quatro empreendedoras da Zona da Mata mineira. Abaixo se destaca o perfil da amostra, conforme o Quadro 2.

QUADRO 2: Perfil das empreendedoras analisadas.

Entrevistado	Ramo da Empresa	Idade	Estado Civil	Escolaridade
E1	Moda praia	27 anos	Casada	Superior completo (Ciências Contábeis)
E2	<i>Body piercing</i>	23 anos	Casada	Superior completo (Enfermagem)
E3	Vestuário feminino	24 anos	Solteira	Superior completo (Direito)
E4	Moda íntima feminina	23 anos	Casada	Superior Completo (Administração)

Fonte: Dados da pesquisa.

Observa-se que a amostra pesquisada se constitui apenas de mulheres, entre 23 e 27 anos, sendo a maioria com estado civil casada. Todas as entrevistadas possuem ensino superior completo, duas delas em áreas gerencias.

2.3.2. História da empresa (E1)

A entrevistada iniciou seu empreendimento de forma informal e como uma renda extra, revendendo biquínis principalmente em seu local de trabalho, uma agência bancária. Por ser um segmento que sempre chamou sua atenção, seu marido deu a ideia dela aprender a costurar e fazer seus próprios biquínis, assim teria modelos exclusivos e não dependeria da compra para revenda. No entanto, por falta de tempo, essa ideia foi deixada de lado momentaneamente.

Posteriormente, em conjunto com seu marido, a entrevistada planejou a gravidez de sua primeira filha. Junto a esse planejamento, ela tinha o intuito de não voltar para a agência bancária onde trabalhava após o nascimento de sua filha. Para ter uma renda e maior flexibilidade de horários, ela decidiu retomar seu empreendimento de moda praia, mas dessa vez com um diferencial: retomou a ideia de seu marido e entrou nas aulas de corte e costura. Aprendeu todo o processo e investiu em um novo produto, “as saídas de praia”, pois ela considerava algo diferente e que como consumidora, não encontrava com facilidade e diversidade de modelos nas lojas.

Após aprender sobre corte e costura, a empreendedora tinha o objetivo de começar a praticar e formar o seu estoque para lançar sua loja apenas quando chegasse o verão. Entretanto, após a produção das primeiras peças, recebeu diversos incentivos para iniciar seu negócio de imediato. Com isso, ela resolveu colocar seus produtos na internet para testar a recepção dos possíveis clientes. Inicialmente foi determinada uma meta de dez vendas para o período de um mês, onde se alcançada essa meta, a empreendedora se sentiria realizada e reconhecida pelo seu trabalho.

Já no primeiro mês a meta foi superada, vendendo o total de 11 saídas de praia, seguida de mais do dobro de vendas no segundo mês.

Desde o começo a empresa opera apenas de forma *on-line*, atendendo clientes de todo o país através de suas redes sociais, possuindo uma estrutura física apenas para produção e estoque de suas peças.

De acordo com o registro de seu CNPJ, a empresa possui como atividade econômica principal a confecção de roupas íntimas, sendo responsável por maior parte de seu faturamento. Já como atividades secundárias, ela possui a fabricação de roupas íntimas, confecção de peças de vestuário, exceto roupas íntimas e as confeccionadas sob medida e por último o comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios, o que seria responsável por uma fração menor de seu faturamento. Na prática, a empresa exerce suas funções secundárias como atividade principal, sendo a confecção de peças de vestuário e o comércio varejista de artigos de vestuário sua maior fonte de faturamento.

2.3.3. História da empresa (E2)

Durante o estágio hospitalar de sua graduação acadêmica em enfermagem, a entrevistada visualizou que a área que potencialmente atuaria, era uma área muito desvalorizada, pois trabalhava 12 horas diretas, sem folga e com um salário hospitalar baixo. Tendo em mente essa realidade, ela resolveu inovar e buscar um empreendimento dentro da sua formação acadêmica. Inicialmente, começou com um estúdio de estética, mas por decorrência das dificuldades impostas pela pandemia, necessitou fechar seu negócio.

Em seguida, ela começou um novo empreendimento, o “furo humanizado em bebês”, que é uma técnica que visa realizar o furo da orelha do bebê, mas sem traumatizá-lo e trazer danos. Todo o procedimento é realizado com uma pomada anestésica para que ele não sinta dor. A entrevistada conta que sempre gostou muito de criança e achava muito bruta a forma que era feita as perfurações, com pistolas em farmácia, pois normalmente essas pistolas eram feitas de plástico, material esse que não tem como esterilizar, trazendo maior risco de infecção para as pessoas, além do barulho emitido pela pistola, que podia assustar traumatizar e causar danos à audição.

No início, ela realizava o atendimento de furo humanizado apenas à domicílio, mas com o passar do tempo, resolveu abrir seu próprio espaço e iniciar como *body piercing* para adultos também, pois ela já tinha toda a base de materiais necessários, alguns desses, desde o seu estúdio de estética. A ampliação de serviços para além do furo humanizado, veio da necessidade de gerar mais renda, principalmente no período pandêmico vivido, além de estar inovando mais uma vez, pois segundo ela, não se encontra nenhuma enfermeira que trabalhe nessas áreas em sua cidade.

A empreendedora buscou a formalização de seu empreendimento para ficar legalizada junto à prefeitura, pois com o cadastro MEI em dia, ela estaria correta perante o órgão público. Além disso, o cadastro também traria maior credibilidade e segurança aos seus clientes. Atualmente, seu CNPJ possui como atividade econômica principal o serviço de tatuagem e colocação de *piercing*, mesmo que ela atue apenas com colocadora de *piercing*.

2.3.4. História da empresa (E3)

A entrevistada relata que desde muito nova esteve presente no comércio, pois seus pais sempre foram donos de um restaurante e ela estava sempre por perto. Sua irmã também possuía uma loja de vestuário feminino, mas em determinado momento ela precisou fechar por razões pessoais. Já possuindo essa vivência com o empreendedorismo, a entrevistada resolveu assumir a loja da sua irmã, após receber alguns incentivos, dizendo que era uma boa área para se trabalhar e que daria certo o empreendimento.

No momento da tomada de decisão para iniciar seu empreendimento, a entrevistada estava trabalhando como estagiária em um fórum, porém, não tinha interesse em exercer a advocacia. Sua formação foi baseada no sonho de ser concursada na área policial. Com isso, ela visualizou que com seu empreendimento ela poderia ter tempo para continuar estudando para o concurso, e futuramente, conciliar seu negócio e seu emprego concursado.

O negócio foi iniciado durante a pandemia, porém, a entrevistada se mostrava arrependida de ter iniciado durante esse período, pois ela julga que foi um momento muito difícil e turbulento, principalmente na sua área, onde ela não considera como algo essencial a ninguém. Os produtos de sua loja sempre foram comercializados em um estabelecimento físico, local esse que sofreu diversas limitações e até mesmo o fechamento durante determinados períodos, por decretos municipais. Estes decretos visavam à saúde pública e controle da disseminação da corona vírus.

De acordo com o registro de seu CNPJ, a empresa possui como atividade econômica principal o comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios. Antes mesmo de abrir seu negócio, a entrevistada realizou seu cadastro MEI, pois sempre teve a mentalidade de que quando abrisse algo, gostaria de ter toda a documentação em dia, até mesmo para facilitar seu dia a dia e a aquisição de mercadorias.

2.3.5. História da empresa (E4)

Desde o período que estava em sua formação acadêmica, a entrevistada sempre teve o interesse de abrir o próprio negócio e começar a empreender. Muito dessa vontade veio do reflexo e incentivo familiar, pois seus pais sempre tiveram seus negócios e eram independentes. Além disso, ela relata que teria vontade de começar algo que ela trabalharia para a vida toda, pois tinha medo de entrar em uma empresa, trabalhar e se esforçar ao máximo, crescer durante alguns anos, e no final, ser demitida por algum motivo, tendo que reiniciar sua carreira profissional novamente.

Tendo isso em mente, ela já começou a planejar o seu negócio, estudando as possibilidades de ser algo *on-line* ou físico. Paralelamente a esse desejo, ela começou um estágio em uma agência de turismo e em poucos meses foi efetivada, deixando a vontade de empreender em segundo plano. Com a vinda da pandemia, o setor turístico sofreu uma grande queda, o que acarretou sua demissão. Em decorrência da demissão e para não ficar parada, ela retomou o desejo de empreender e iniciou com a venda de moda íntima feminina, que era uma área que ela sempre gostou de consumir e lhe chamava atenção. Apesar do gosto pela área, ela também identificou uma oportunidade, pois em sua cidade havia um problema nas lojas já existentes, pois se encontrava apenas duas opções do produto, ele sendo de baixa qualidade e barato ou de boa qualidade, mas extremamente caro.

Inicialmente o negócio era apenas de forma *on-line* e atendimento a domicílio, mas por estar ainda no início da pandemia, recebeu resistências de alguns clientes com o atendimento a domicílio, pois eles tinham medo do contágio do corona vírus. Com o passar do tempo, as vendas foram crescendo até que obteve uma estabilidade

financeira, possibilitando a abertura de sua loja física. Durante a reforma do ponto comercial que receberia sua loja, um decreto municipal efetuou o fechamento do comércio. Em decorrência disso, sua reforma chegou ao fim, mas não poderia inaugurar a loja. Após 20 dias da reforma concluída, um novo decreto autorizou a volta do comércio e assim aconteceu a inauguração.

A busca pela formalização através do cadastro MEI veio pela abertura da loja física, pois ela necessitaria do CNPJ para estar legalizada. No entanto, também houve outras motivações, como a aquisição de uma máquina de cartão de crédito e principalmente a possibilidade de comprar em grandes empresas e fábricas que realizavam vendas apenas para pessoas jurídicas. A entrevistada não sabe mensurar como a pandemia afetou seu negócio, pois segundo ela, como abriu já durante a pandemia, não possuía um comparativo de como era antes, mas acredita que após a pandemia terá um crescimento na empresa como um todo.

Apesar de não possui um contador para sua empresa, algo que não é exigido para MEI, ela relata que possui uma amiga formada em contabilidade que sempre a ajuda quando surge alguma dúvida.

2.3.6. As vantagens de ser empreendedor

A entrevistada (E1) enxerga seu empreendimento além de apenas um negócio, mas também como um estilo de vida, algo que lhe proporciona maior liberdade e flexibilidade de horários. Essas experiências também são vivenciadas pela entrevistada (E4), que já iniciou seu negócio com a visão que seria algo para o resto da sua vida, se tornando sua maior vivência profissional. Essa maneira de ver seu empreendimento é algo complementar a teoria de Alves (2011), que reflete que o termo “empreendedorismo” passou a ter novos significados e parou de ser apenas sobre negócios e empresas, também estando relacionada a uma forma de comportamento.

Segundo o relato da entrevistada (E2), ela decidiu ir para uma nova área da enfermagem, pois nessa região não se encontra uma enfermeira que trabalhe como *body piercing* e furo humanizado em bebê, ação que inovaria e mudaria o mercado onde trabalha. A entrevistada (E1) também resolveu inovar ao retomar seu negócio durante a pandemia, pois alegou que em vez de vender biquínis, que é algo que todo mundo já tem e é encontrado com facilidade nas lojas, sua decisão foi voltar seu portfólio para as saídas de praia, por ser um produto mais diferente e que não se encontra com tanta facilidade. Essas falas confirmam a teoria de alguns autores, como Fernandes e colaboradores (2020), que diz que empreender pode ser caracterizado pela inovação, criatividade e identificação de oportunidades. Soledade (2015), afirma que o empreendedor possui um espírito livre e aventureiro, onde é capaz de sobressair à concorrência, gerar inovações e até mesmo criar novos mercados, e por último, Costa (2021) ressalta que empreender em momentos de crise significa usufruir de novas oportunidades e colocar novas ideias em prática, buscando fazer a diferença com serviços e produtos para o público alvo. Esses fatos ainda são reafirmados pela entrevista (E4), como se pode evidenciar pela seguinte fala:

[...] o ato de empreender já é inovar, principalmente depois que entrou a pandemia, agora você precisa inovar desde o modo que você atende o cliente até a finalização da venda, tudo muito personalizado, e para chamar a atenção do cliente, você precisa estar inovando (E4).

2.3.7. A importância da formalização MEI

Em relação à percepção das entrevistadas sobre a formalização da empresa, elas enxergam como algo positivo e construtivo para seu negócio. Dentre os benefícios relatados estão: a emissão de nota fiscal; a contratação de funcionário; ser pessoa jurídica com benefícios bancários; legalização junto à prefeitura; novos meios de pagamento e o mais citado, a compra de matéria prima ou produto final de grandes empresas e fábricas, que acarretariam em um menor custo, como pode-se evidenciar pelas seguintes falas:

[...] a maior motivação foi poder trabalhar e comprar de empresas maiores e fábricas que só realizam vendas para CNPJ (E4).

Com o CNPJ conseguimos comprar os tecidos e as matérias prima com descontos e melhor valor, importar os tecidos [...] (E1).

[...] para conseguir fazer compras também, porque tudo que eu compro é com CNPJ, sem ele eu não conseguiria comparar nas fábricas nas quais eu trabalho (E3).

Apesar dos diversos benefícios, a empreendedora (E1) também identificou um malefício da formalização, pois agora quando pratica a compra de tecidos de outros estados, necessita pagar a diferença do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) de um estado para o outro. Esse resultado mostra que a percepção das empreendedoras em relação aos benefícios da formalização está alinhada com o Portal do Empreendedor (2021), que traz a emissão de nota fiscal, baixo custo tributária mensal, acesso a serviços bancários como empréstimos, registro de um CNPJ, alvará de funcionamento sem custo e contratação de até um funcionário com carteira assinada como os benéficos provenientes da formalização.

2.3.8. Pandemia

De todas as empreendedoras entrevistadas, a maior parte iniciou seu negócio de forma *on-line* ou com atendimento familiar, sendo apenas uma minoria que já iniciou com o atendimento em loja física. Dessa maior parte que iniciou apenas de forma *on-line* ou com atendimento familiar, totalizam-se em três empreendedoras. Duas delas montaram seus espaços físicos posteriormente, e uma delas investiu no crescimento *on-line* de seu negócio. Segundo Costa (2021), alguns segmentos conseguiram maior destaque no período da pandemia, principalmente os que utilizaram *e-commerce* para atendimento ao público.

A entrevistada (E4) relata que não sabe mensurar como a pandemia impactou seu negócio, por já ter começado nesse período e não ter um comparativo do período anterior, já a entrevistada (E1), conta que a pandemia influenciou negativamente em suas vendas, por comercializar algo utilizado majoritariamente em viagens. Inicialmente com os decretos de isolamento social, as viagens foram desmarcadas ou cancelas, tendo queda nas vendas ou compras realizadas para serem utilizadas posteriormente. No entanto, com o avanço da vacinação e volta das viagens, suas vendas voltaram a crescer e as pessoas já compravam para uso imediato das saídas de praia, tendo uma projeção de aumento do empreendimento, como pode-se evidenciar pela seguinte fala:

[...] inicialmente creio que as pessoas estavam comprando para usar futuramente, pois por conta da pandemia muitos tiveram suas viagens desmarcadas ou canceladas, atualmente com o avanço da vacinação as pessoas já estão viajando mais e com isso comprando mais do meu produto. [...] na verdade com o aumento das viagens após a vacinação e quando tudo se estabilizar, creio que as vendas vão aumentar e crescer o meu negócio (E1).

Além dela, as demais entrevistadas também enxergam um crescimento de seus respectivos empreendimentos após esse período de pandemia, como mostra as seguintes falas:

[...] eu não conheço minha empresa fora da pandemia, mais estou ansiosa para o momento pós-pandemia e enxergo que haverá crescimento sim (E4).

[...] com certeza, após a pandemia eu penso em ampliar nos produtos, nas coleções e nas variedades (E3).

[...] sim, creio que após a pandemia haverá muito crescimento [...] (E2).

De acordo com a entrevistada (E2), ela teve uma grande perda de renda durante a pandemia, pois possuía um estúdio de estética, mas por decorrência da recessão econômica vivida durante a pandemia, não conseguiu mantê-lo e consequentemente precisou fechar o empreendimento. Com isso, para não ficar desempregada, iniciou um novo empreendimento onde teria uma menor despesa e conseguiria uma renda. A entrevistada (E4), após a sua demissão, resolveu retomar o sonho de ser empreendedora e não ficar parada durante a pandemia. Essas vivências estão de acordo com a teoria de Guimarães e colaboradores (2020 p. 01) que “em um momento de crise, o empreendedorismo por necessidade, ou seja, aquele em que as pessoas recorrem para garantir uma fonte de renda para sobrevivência, é mais comum”. Também descrito por Vialli (2020), como empreendedorismo de impacto, que faz referência às pessoas que foram afetadas de alguma forma pela pandemia e tiveram o micro empreendimento como uma escapatória para enfrentar seus problemas, como o desemprego e falta de dinheiro. Por outro lado, esse não foi o caso da entrevistada (E1), onde ela relata que sua maior motivação não foi a necessidade, e sim o planejamento de sua gravidez, onde após o parto gostaria de trabalhar com algo que lhe possibilitasse mais tempo com a filha e flexibilidade de horários.

De acordo com o relato da entrevistada (E1), apesar de algumas dificuldades no início, ela vivenciou apenas o crescimento de seu negócio durante esse período de pandemia, tendo apenas aumento nas suas vendas e consequentemente no faturamento, indo na contramão dos dados divulgados pelo Sebrae (2020b), que apontam que o mais afetado em pequenos negócios durante a pandemia foi o faturamento, alguns segmentos se estabilizaram em patamares menores comparados ao pré-crise.

A entrevistada (E1) também discorre da eminente necessidade de contratar um funcionário para sua empresa, necessidade essa que veio em decorrência de seu rápido crescimento, sendo ela, parte dos dados de Dourado (2021), que afirmam que micro e pequenas empresas geraram 293,2 mil novos empregos durante o período da pandemia.

3. CONCLUSÃO

Microempreendedores que surgiram durante a pandemia é um tema relevante, pois o cenário econômico e social gerado neste contexto trouxe um aumento no número de microempreendedores acompanhado de uma taxa de maior número de desempregados, sendo uma situação inesperada e fora de controle. Dessa forma, após este estudo, percebeu-se que as entrevistadas possuem o empreendimento como algo além de apenas um trabalho, mas também um estilo de vida, algo que lhe proporciona maior liberdade e flexibilidade de horários.

Seguindo a análise os dados, também se percebe que as entrevistadas possuem uma visão positiva e clara sobre os benefícios ofertados pela formalização através do cadastro MEI, sendo que algumas delas ainda descobriram novos benefícios após sua formalização, como o desconto na compra de matéria prima. Tendo apenas uma entrevistada destacando um ponto negativo, o custo com ICMS.

Evidenciou-se dessa forma que a formalização é algo que traz mais benefícios do que malefícios ao empreendedor, já que as entrevistadas como um todo apontaram majoritariamente apenas benefícios à formalização, e que de forma geral, elas estão cientes destas condições ofertadas e dos benefícios atrelados a ela. Embora em contexto pandêmico, a formalização por meio do cadastro MEI se tornou efetiva para a construção de um negócio, vista suas características de fácil acesso e grandes benefícios.

Para a constituição desse estudo foram identificadas algumas limitações para a formação da amostra pesquisada, pois quando se entrava em contato com os microempreendedores, eles ainda não tinham realizado a formalização de seu negócio junto ao cadastro MEI, situação essa que demonstra que apesar de todos os benefícios, alguns microempreendedores ainda estão na informalidade, seja pelo sentimento de acomodação, medo ou até mesmo pela falta de informação. Mediante a esse fator, foi necessário mudar o método de pesquisa adotado e abrangência do território pesquisado. Desse modo, recomenda-se futuros estudos analisando a percepção dos microempreendedores que não buscaram a formalização, buscando analisar suas motivações, conhecimento sobre o processo e percepção de benefícios atrelados a formalização através do cadastro MEI.

4. REFERÊNCIAS

ALVES, A. R. **Empreendedorismo**. Santa Maria: Sectma, 2009.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. **Empreendedorismo: Conceitos e definições**. Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia. v. 1, n. 1. 2014. Disponível em < <http://seer.imed.edu.br/index.php/revistas/article/view/612>>. Acesso em 22 set. 2021.

CAMPOS, A. F. R; SANTOS, M. C. S; SILVA, I, S; GARCIA, I. A. S. Motivações e dificuldades no processo de formalização do microempreendedor individual: percepção dos comerciantes do mercado de artesanato paraibano. **Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco**, v. 5, n. 2, p. 300-317, jul./dez. 2019. Disponível em <<http://remipe.fatecosasco.edu.br/index.php/remipe/article/view/179>>. Acesso em 29 set. 2021.

CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE DE MATO GROSSO DO SUL - CRCMS. **Microempreendedor Individual - MEI: Orientações 01**. Jusbrasil, 2009. Disponível em <<https://crc-ms.jusbrasil.com.br/noticias/1459849/microempreendedor-individual-mei-orientacoes-01>>. Acesso em 6 abr. 2021.

CORRÁ, D. **Número de novos microempreendedores individuais bate recorde no Brasil em 2020**. CNN Brasil, 2021. Disponível em <<https://www.cnnbrasil.com.br/business/2021/01/06/numero-de-novos-microempreendedores-individuais-bate-recorde-em-2020>>. Acesso em 27 mar. 2021.

COSTA, A. **Durante a pandemia, empreendedorismo torna-se opção para superar desafios e inovar no mercado de trabalho**. G1, Presidente Prudente, 2021. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/presidente-prudente-regiao/noticia/2021/02/16/durante-a-pandemia-empendedorismo-torna-se-opcao-para-superar-desafios-e-inovar-no-mercado-de-trabalho.ghtml>>. Acesso em 4 out. 2021.

DIÁRIO DE MANHUAÇU. **Minas Gerais tem mais de 1,5 milhão de MEI**, 2021. Disponível em: <<https://diariodemanhuacu.com.br/minas/minas-gerais-tem-mais-de-12-milhao-de-mei/>>. Acesso em 04 out. 2021.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo corporativo: conceitos e aplicações. **Revista de Negócios**, Blumenau, v. 9, n. 2, p. 81-90, abr./jun. 2004.

DOURADO, F. C. **Empreendedorismo no Brasil cresce em meio à pandemia**. Instituto de Educação Superior de Brasília – IESB, Brasília, 2021. Disponível em: <<https://www.iesb.br/noticias/empreendedorismo-no-brasil-cresce-em-meio-a-pandemia/>>. Acesso em 04 out. 2021.

FERNANDES, N. P.; D'AVILA, L. C.; CRUZ, A. P. C.; JUNIOR, E. F. Z. P. Quem é o empreendedor? A busca por uma definição do conceito através da produção científica brasileira. **Revista Brasileira de Gestão e Inovação**. v. 7, n. 3, 2020. Disponível em <https://www.researchgate.net/publication/340903278_QUEM_E_O_EMPREENDEDOR_A_BUSCA_POR_UMA_DEFINICAO_DO_CONCEITO_ATRAVES_DA_PRODUCAO_CIENTIFICA_BRASILEIRA>. Acesso em 04 out. 21.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. Métodos de Pesquisa. **UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre**, 2009. Disponível em <<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>>. Acesso em 24 set. 2021.

GUIMARÃES, C. P.; OLIVEIRA, Q. K. H.; DIMAS, M. S.; CORRÊA, T. M. M. O empreendedorismo no contexto da covid-19: necessidade, oportunidade e solidariedade. **Revista Pensar Acadêmico**, v. 1, n. 6, 2020. Disponível em <<http://pensaracademico.unifacig.edu.br/index.php/semiariocientifico/article/view/2084>>. Acesso em 09 out. 2021.

HISRICH, R. D.; PETER, M. P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEAPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

IBGE. PNAD Contínua - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua. **Instituto Brasileiro De Geografia E Estatística**. 2020. Disponível em <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9173-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-trimestral.html?edicao=30227&t=destaques>>. Acesso em 4 set. 2021.

LACERDA, M. R. F. **Microempreendedoras individuais diante da pandemia da Covid-19: como lidar com as incertezas?** Repositório Institucional da UFPB. 2020. Disponível em <<https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/19562>>. Acesso em 4 set. 2021.

LEKOVIĆ, B.; MARIĆ, S. **Economic Crisis and the Nature of Entrepreneurial and Management Activities**. Economic Themes, v. 54, n. 1, p. 21-44, 2016. Disponível em: <<https://content.sciendo.com/view/journals/ethemes/54/1/article-p21.xml>>. Acesso em: 4 set. 2021.

LOCATELLI, D. R. S.; TESSARO, C. R.; DANIELI, D. Impactos da pandemia da covid-19 nos negócios: percepções iniciais dos empreendedores. **XXII Encontro Internacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente**. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020. Disponível em <<http://engemausp.submissao.com.br/22/anais/arquivos/400.pdf?v=1633360349>>. Acesso em 04 out. 21.

MAESTRI, R. C.; MINDAL, C. B. Metodologia de história de vida: a história de vida profissional de uma pessoa surda. **XI Congresso Nacional de Educação**. PUC Paraná, Curitiba, 2013. Disponível em <<https://docplayer.com.br/52048651-Metodologia-de-historia-de-vida-a-historia-de-vida-profissional-de-uma-pessoa-surda.html>>. Acesso em 08 nov. 2021.

NASCIMENTO, C. R. A. Programa Ética e Cidadania - Construindo valores na escola e na sociedade: um estudo de caso. **UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – UnB**. Brasília, 2008. Disponível em<https://bdm.unb.br/bitstream/10483/671/3/2008_ClaudiaRAdoNascimento.pdf>. Acesso em 4 set. 2021.

OLIVEIRA, T. M. V. **Amostragem não Probabilística: Adequação de Situações para uso e Limitações de amostras por Conveniência, Julgamento e Quotas**. Administração On Line, v. 2, n. 3, 2001. Disponível em: <https://gvpesquisa.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/arquivos/veludo_-_amostragem_ao_probabilistica_adequacao_de_situacoes_para_uso_e_limitacoes_de_amostras_por_conveniencia.pdf>. Acesso em 8 de nov. 2021.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Estatísticas**. 2021. Disponível em: <<http://antigo.portaldoempreendedor.gov.br/estatisticas>>. Acesso em 27 mar. 2021.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Quais são seus direitos e deveres?** 2020. Disponível em <<http://antigo.portaldoeempreendedor.gov.br/temas/quero-ser/formalize-se/quais-sao-seus-direitos-e-obrigacoes>>. Acesso em 27 mar. 2021.

SEBRAE (a). **Coronavírus: entenda como desenvolver o comportamento empreendedor e colocá-lo em prática durante a crise.** Minas Gerais, 2020. Disponível em: <<https://atendimento.sebraemg.com.br/biblioteca-digital/content/empreendedorismo-em-tempos-de-coronavirus>>. Acesso em 4 out. 2021.

SEBRAE (b). **Impactos e tendências da COVID-19 nos pequenos negócios.** Boletim de impactos e tendências da COVID-19 nos pequenos negócios, 4 ed., 2020. Disponível em: <[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f8338edb8cda72405222697f782c9a4/\\$File/19437.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f8338edb8cda72405222697f782c9a4/$File/19437.pdf)>. Acesso em 4 out. 2021.

SEBRAE/MG. **Empreendedorismo em tempos de coronavírus.** Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2020. Disponível em <[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/ead458931bf32f636dc5c9dc1a5de85e/\\$File/19466.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/ead458931bf32f636dc5c9dc1a5de85e/$File/19466.pdf)>. Acesso em 4 out. 2021.

SENTANIN, L. H. V.; BARBOZA, R. J. Conceitos de empreendedorismo. **Revista Científica Eletrônica De Administração**, v. 5, n. 9, dez. 2005. Disponível em: <http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/CvfACUcZOtmMWBx_2013-4-26-12-25-36.pdf>. Acesso em 3 out. 2021.

SILVA, P. H. I. O Mundo do Trabalho e a Pandemia de Covid-19: Um Olhar Sobre O Setor Informal. **Caderno de Administração**, v. 28, p. 66-70, 5 jun. 2020.

SOLEDADE, S. **Gestão e Empreendedorismo.** São Paulo: Apro, 2015.

VIALLI, A. **Brasil ganha 600 mil microempreendedores durante a quarentena.** São Paulo. Folha de São Paulo, 2020. Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/mpme/2020/08/brasil-ganha-600-mil-microempreendedores-durante-a-quarentena.shtml>>. Acesso em 27 mar. 2021.

VIEIRA, V. A. As tipologias, variações e características da pesquisa de marketing. **Revista da FAE**, v.5, n.1, p.61-70. Curitiba, 2002.