

## ARTIGOS

**A PARTICIPAÇÃO FEMININA NO PROGRAMA  
MICROEMPREENDEDOR  
INDIVIDUAL: UMA ANÁLISE EM UM POSTO DE  
ATENDIMENTO SEBRAE****WOMEN'S PARTICIPATION IN THE  
MICROENTREPRENEUR INDIVIDUAL PROGRAM:  
AN ANALYSIS AT A SEBRAE SERVICE STATION**

## RESUMO

O presente trabalho objetivou caracterizar e analisar a participação feminina no Programa Microempreendedor Individual (MEI), no intuito de se traçar um perfil da mulher formalizada. Para tanto, o trabalho foi confeccionado com base em pesquisas bibliográficas e por meio da aplicação de um formulário em um Posto de Atendimento Sebrae, consultando 33 microempreendedoras. Mediante a aplicação de técnicas quanti-quali, destacam-se as seguintes conclusões do estudo: sociodemograficamente, o perfil apresentado pelas entrevistadas se alinha ao perfil traçado por outros estudos. No que se refere ao Programa MEI, o perfil aqui verificado pouco diverge do Perfil Geral do Microempreendedor, destacando-se a maior informalidade da mulher antes do registro e os benefícios previdenciários como fortes motivadores para a inscrição no referido programa. Considerando os motivos e as barreiras por elas enfrentadas, percebeu-se o desejo por independência, tendo como aspecto negativo a multiplicidade de papéis sociais: esposa, mãe e dona de um negócio.

**Palavras-chave:** empreendedorismo; microempreendedor individual; mulher empreendedora.

## ABSTRACT

The present work aimed to characterize and analyze the female participation in the Individual Micro Entrepreneur Program (MEI), in order to draw a profile of the formalized woman. Therefore, the work was done based on bibliographic research and applying a form in a Sebrae Service Post, consulting 33 micro entrepreneurs. Through the application of quanti-quali

**Francisco Edson Coelho**

**Azevedo**

**ed@alu.ufc.br**

*Graduado em Administração pela Universidade Federal do Ceará. Funcionário do Banco do Nordeste (BNB). Fortaleza - CE - BR.*

**Kilvia Souza Ferreira**

**kilviasouza@ufc.br**

*Doutora em Educação Brasileira pela Universidade Federal do Ceará. Professora Adjunta da Universidade Federal do Ceará. Fortaleza - CE - BR.*

**Marcia Zabdiele Moreira**

**Marciazabdiele@gmail.com**

*Doutora e Mestre em Administração de Empresas pela Universidade de Fortaleza. Professora Adjunta da Universidade Federal do Ceará. Fortaleza - CE - BR.*

**Andre Vasconcelos Ferreira**

**vf.andre@gmail.com**

*Mestre e Doutor em Geografia pela Universidade Federal de Santa Catarina. Professor Adjunto da Universidade Federal do Ceará. Fortaleza - CE - BR.*

techniques, the following study conclusions stand out: socio-demographically, the profile presented by the interviewees is in line with the profile drawn by other studies. Regarding the MEI Program, the profile verified here differs little from the General Profile of the Micro Entrepreneur, highlighting the greater informality of women before registration and the social security benefits as strong motivators for enrolling in the program. Considering the reasons and barriers faced by them, there was a desire for independence, having as negative aspects the multiplicity of social roles: wife, mother, and owner of a business. Environment as a factor of innovation to achieve.

**Keywords:** entrepreneurship; individual micro entrepreneur; entrepreneur woman.

## 1 INTRODUÇÃO

Como consequência do incremento significativo de empresas criadas e geridas por mulheres, as atenções se voltam para um segmento particular dentro do estudo do empreendedorismo: o empreendedorismo feminino (CASSOL; SILVEIRA; HOELTGEBAUM, 2007). Consoante o aumento do interesse por esse campo de estudo, o número de mulheres empreendedoras no Brasil, conforme dados da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), subiu de 16,2% em 2010 (GRECO *et al.*, 2010) para 35,0% (IBQP, 2017).

Um incentivador de tal resultado pode estar atrelado ao Programa Microempreendedor Individual (MEI), ferramenta do Governo Federal que atua no sentido de reduzir a informalidade no Brasil. Sob a forma da Lei 128/2008, o regulamento faz parte de um esforço do Estado em incentivar a criação de empresas formais e o incentivo à criação de empregos baseados na formalidade (CORSEUIL; NERI; ULYSSEA, 2014). Conforme o Sebrae (2017), o programa tem sido responsável por um grande e importante fenômeno para o empreendedorismo brasileiro, obtendo, desde ju-

ho de 2009 até dezembro de 2016, o total de 6.649.896 pessoas formalizadas.

Do total de registros realizados no Brasil, 47,6% deles pertencem ao gênero feminino, o que representa, em números absolutos, 3.165.351 mulheres formalizadas, sendo a maioria em atividades industriais (55%), serviços (52%) e comércio (51%) (SEBRAE, 2017).

Em Fortaleza, do total de 107.503 indivíduos formalizados como MEI (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2019a), aproximadamente 55.000 são do sexo feminino, as quais procuram concentrar sua participação no comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios e serviços de cabeleireiros (EMPREENDEDORAS..., 2019).

Conforme observado, os números sugerem uma interessante participação das mulheres no referido programa. No entanto, apesar do cenário aqui disposto, há uma escassez de trabalhos que se esforçam para conhecer o perfil, as características, as motivações e as dificuldades das mulheres em tal programa.

Consultando o Portal Capes (2021), observa-se um número interessante de publicações no que tange ao empreendedorismo feminino. No entanto, tangenciando especificamente o microempreendedorismo, em que pode ser observada uma maior precarização socioeconômica da mulher empreendedora, foram verificados apenas 25 registros (CAPES, 2021), sendo, em sua maioria, estudos com temática ampla, não orientados para a caracterização das mulheres nos micronegócios e, em especial, no âmbito do programa objeto deste estudo.

Além disso, os poucos trabalhos encontrados possuem, em seu conteúdo, apenas análises dos relatórios produzidos pelo Sebrae (OLIVEIRA; NAKAZONE; COELHO, 2016), ou que abordam setores específicos da economia (SILVA; FERNANDES; FERRO, 2018). Dessa forma, torna-se necessário o surgimento de pesquisas que objetivem um contato maior e mais amplo com o público feminino.

Avaliando esse cenário, questiona-se: em um contexto de dificuldade socioeconômica nos micronegócios, como se dá a participação feminina no Programa Microempreendedor Individual?

Diante de tal indagação, estabelece-se como objetivo geral desta pesquisa: caracterizar e analisar a participação feminina no Programa Microempreendedor Individual, tendo, como base empírica de estudo, um Posto de Atendimento Sebrae. Quanto aos objetivos específicos a serem perseguidos, tem-se: verificar a inserção e o protagonismo feminino na atitude empreendedora; analisar o perfil socio-demográfico da mulher formalizada, sua área de atuação e outras informações pertinentes ao Programa Microempreendedor Individual; e avaliar as motivações e desafios percebidos por parte das mulheres formalizadas.

Tendo os objetivos elencados acima como princípios orientadores, realizou-se uma pesquisa que buscou apreender informações relativas à participação feminina dentro do Programa MEI, utilizando-se de análises tanto quantitativas (avaliando frequência absoluta e porcentagens), como qualitativas (por meio da análise do conteúdo obtido mediante as entrevistas). Aliado à pesquisa documental, o presente estudo realizou uma pesquisa com mulheres atendidas por um posto do Sebrae em Fortaleza, as quais responderam a um formulário com perguntas relacionadas ao seu perfil pessoal e relativas ao referido programa.

## 2 REVISÃO DA LITERATURA

Historicamente, quando comparadas ao sexo masculino, as mulheres foram submetidas a um contexto laboral desigual e de desvantagem, em particular, considerando o avanço das atividades econômicas realizadas fora do ambiente doméstico. No entanto, elas nunca foram alheias ao trabalho, pois se faziam presentes nas atividades de subsistência da família, participação nas atividades rurais, manufatureiras, comerciais, nas minas, entre outras tarefas (SAFFIOTI, 1976).

Conforme foram tratadas por Giddens (2001), as atividades realizadas no interior do lar ou em suas dependências eram levadas a cabo por todos os membros da família, sem exceção, seja nos tratos com a terra, seja com o

artesanato. No entanto, existia a noção de que a figura masculina e a feminina exerciam influência em diferentes ambientes da esfera social.

Sobre esses papéis representativos, Gomes (2005) defende que as atividades externas assumidas pelos homens eram decorrentes do seu aspecto físico, bem como maior disposição para o enfrentamento de perigos, a exemplo da caça e da guerra; enquanto a mulher, caracterizada pela sensibilidade e capacidade reprodutora, responsabilizava-se por atividades monótonas e sedentárias, limitando-se às atividades domésticas.

Saffioti (1976), no entanto, ilustra um certo reconhecimento da mulher no comércio varejista e atacadista, exemplificando seu desempenho em burgos medievais franceses e ingleses. Não obstante, a identificação da mulher às atividades laborais fora do ambiente doméstico, a divisão de tarefas estabelecidas ainda nas sociedades primitivas marcou o início de uma rígida divisão de tarefas entre os sexos, vedando o maior acesso ao conjunto de atividades existentes na sociedade (GOMES, 2005).

A intensificação dessa configuração ocorrida na Revolução Industrial, conforme destaca Giddens (2001), ocasionou a criação de dois ambientes distintos na sociedade: o espaço público, relegado aos homens e aos bens de produção; e a esfera privada, ocupada pela mulher e baseada nos cuidados com o lar. Todavia, a mesma revolução que efetuou a cisão dessas duas esferas, foi a que preparou terreno para o aumento da participação feminina no mercado de trabalho.

No Brasil, o novo comportamento feminino no mercado laboral, conforme apresenta Bruschini (1994), estabeleceu-se, sobretudo, a partir dos anos 1970. Segundo a pesquisadora, a crescente deterioração dos salários dos trabalhadores fez que as mulheres das classes menos instruídas e médias se lançassem no mercado de trabalho, complementando a renda familiar. Conforme explica, a expansão econômica observada no período proporcionou um ambiente favorável à incorporação de novos funcionários, nos quais o componente feminino acabou por se inserir.

Avaliando o movimento feminino no mercado de trabalho, Carnoy (1999) destaca uma progressiva resistência da mulher ao papel de únicas responsáveis pela educação da prole, passando a ter maior controle da natalidade, negando a alcunha de “donas de casa” atribuídas pela sociedade industrial, possibilitando maior permanência em seus empregos (HASHIMOTO; SIMÕES, 2012).

Entretanto, apesar das conquistas e consequente melhoria de vida observada pelas mulheres no decorrer dos anos, perduram problemas observados desde os primórdios, dificultando a melhoria do desempenho econômico feminino.

De acordo com Costa (2014), as mulheres, mesmo exercendo a mesma função e pertencentes à mesma categoria profissional dos homens, possuem uma remuneração menor que a deles. A explicação disso, segundo a autora, advém de uma lógica dominante na sociedade, a qual percebe o salário da mulher como apenas um complemento da renda do marido.

Estudo realizado pelo IBGE (2018) constatou que o salário médio feminino gira em torno de R\$ 1.764,00, enquanto os homens recebem, em média, R\$ 2.306,00, ou seja, 25% a mais que sua contraparte. Essa configuração, pontua o Instituto, deve-se ao trabalho parcial, atividade executada em maior proporção pelas mulheres. Esse tipo de atividade, no entanto, caracteriza-se pela baixa remuneração, bem como pela precarização do trabalho e por oferecer oportunidades limitadas de carreira (GIDDENS, 2001).

Aos problemas até aqui descritos, soma-se a condição do trabalho doméstico, ainda relegado às mulheres. Costa (2014) afirma que, mesmo com a procura da mulher por postos de trabalho e consequente conquista, ela ainda não conseguiu livrar-se totalmente de sua condição de dona de casa, atuando, concomitantemente em diversas jornadas.

Em face de tais problemas, o empreendedorismo surge como uma possibilidade para a atuação das mulheres no mercado de trabalho.

Apesar de o crescimento feminino na atuação empreendedora ainda ser menor do que

o masculino, é inegável que ele tenha sido um importante recurso de emprego para inúmeras mulheres ao redor do mundo (LANGOWITZ; MINNITI, 2007).

No entanto, qual é o perfil apresentado pela mulher que busca no empreendedorismo uma maneira de suplantar as dificuldades e criar riqueza, tanto em nível pessoal, como financeiro?

Inúmeros autores se debruçaram sobre essa temática, destacando os traços mais importantes em seus estudos, buscando delimitar as características comuns ao sexo analisado. O quadro 1 mostra, de maneira sucinta, os principais achados sobre quem seria a mulher empreendedora.

Quadro 1 – Perfil da empreendedora

<b>Faixa etária</b>	Predominantemente entre os 20 e 40 anos (DHALIWAL, 2006), observado, também, entre os 31 e 50 anos (MACHADO <i>et al.</i> , 2003).
<b>Setor econômico</b>	Serviços e comércio (DHALIWAL, 2006).
<b>Escolaridade</b>	Graduação ou Pós-graduação (DHALIWAL, 2006), elevado nível de escolaridade (MACHADO <i>et al.</i> , 2003; BUTTNER; MOORE, 1997).
<b>Crianças</b>	Sim, em fase de atenção (DHALIWAL, 2006; MACHADO <i>et al.</i> , 2003; BUTTNER; MOORE, 1997).
<b>Estado Civil</b>	Casadas (MACHADO <i>et al.</i> , 2003; BUTTNER; MOORE, 1997).

Fonte: elaborado pelos autores.

Numerosos são os trabalhos que objetivam, além de traçar o perfil da mulher empreendedora, compreender suas motivações como mulheres donas de um negócio. Além disso, cientes da desigualdade social existente entre os sexos, inúmeros estudiosos procuraram enumerar os principais problemas enfrentados pelas mulheres na condução de suas empresas. O quadro 2 reúne os principais achados.

Quadro 2 – Motivações e dificuldades femininas no empreendedorismo

<b>Motivações</b>	Razões financeiras, independência, flexibilidade, estilo de vida (DHALIWAL, 2006), autonomia, flexibilidade e aspectos não monetários (BODEN, 1999), autodeterminação, busca de novos desafios e oportunidades (BUTTNER; MOORE, 1997), realização, independência, satisfação pessoal e qualidade de vida (BENNET; DAN, 2000), <i>status</i> desejado e autonomia (MANOLOVA; BRUSH; ELDEMAN, 2008), realização social, insatisfação com limites impostos (MACHADO <i>et al.</i> , 2003), reconhecimento (SHANE; KOLVEREID; WESTHEAD, 1991).
<b>Conflitos e Dificuldades</b>	Problemas com confiança, ausência de suporte, finanças, horas trabalhadas, burocracia e legislação, falta de credibilidade em face dos bancos e financeiras (DHALIWAL, 2006); multiplicidade de papéis e conflito trabalho-família não são empecilhos (POSSATTI; DIAS, 2002; DAS, 1990); falta de suporte familiar, obrigações familiares, falta de crédito (ADEELANJUM <i>et al.</i> , 2012); papéis de gênero e divisão do trabalho estereotipados, ambiente externo controlado por homens e baixo impulso dado às mulheres pelo Estado (GANESAN, KAUR; MAHESHWARI, 2002); maior responsabilidade, incapacidade de obter empréstimos financeiros, incapacidade de adquirir sede para a empresa, incapacidade de passar tempo suficiente com família e estresse devido ao trabalho pesado (ALAM <i>et al.</i> , 2012); má localização da unidade, concorrência dura de unidades maiores e estabelecidas, falta de instalação de transporte, falta de descanso e sono e não disponibilidade de matéria-prima (NAYYAR <i>et al.</i> , 2007); problemas financeiros, obtenção de um empréstimo, problemas com pessoal (HISRICH; AYSE ÖZTÜRK, 1999); problemas financeiros, equilíbrio entre trabalho e família e falta de tempo para valorizar as suas capacidades por meio da participação em formações (RAMADANI <i>et al.</i> , 2013); e baixas cognições empreendedoras e altos requisitos iniciais de financiamento (WU <i>et al.</i> , 2019).

Fonte: elaborado pelo autor.

Conforme pode ser observado, o conhecimento sobre a configuração feminina apresenta um campo interessante a ser explorado, uma vez que representa um tema atual e que vem tomando corpo recentemente. No entanto, um dos campos em que ainda há estudos incipientes e, até certo grau, inexistentes, é o dos programas que buscam assistir o microempreendedor, especificamente o Programa Microempreendedor Individual, programa que integra uma série de tentativas assumidas pelo Governo Federal de incentivar a criação de empresas formais e a formalização de empreendimentos informais (CORSEUIL; NERI; ULYSSEA, 2014). Sua lei, conforme os autores, atua no sentido de oferecer distinção ao participante do programa em relação aos demais empreendedores, auxiliando na contribuição previdenciária.

O Microempreendedor Individual - (MEI) é o pequeno empresário individual que atende a quatro condições:

- a) faturamento anual limitado a R\$ 81.000,00;
- b) não participar como sócio, administrador ou titular de outro empreendimento;
- c) contratação limitada a apenas um funcionário e;
- d) exercer uma das atividades previstas em lei específica, a qual prevê todas as atividades permitidas ao MEI.

O Programa oferece uma série de benefícios para atração dos trabalhadores informais, tais como aposentadoria por idade, auxílio doença (incluindo afastamento remunerado para cuidados com a saúde), aposentadoria por

invalidez, pensão por morte, auxílio -reclusão e salário-maternidade.

Tributariamente, a principal vantagem para o MEI é a possibilidade de se optar por um regime de tributação simplificada do governo, o Simples Nacional. Essa forma de tributação auxilia no pagamento de impostos por parte do MEI, proporcionando praticidade na relação dos valores a serem pagos ao poder público, aliado à isenção de impostos federais, tais como imposto de renda da pessoa jurídica, Programa de Integração Social, contribuição para financiamento da seguridade social, imposto sobre produtos industrializados e contribuição sobre o lucro líquido, além do baixo custo mensal de tributos (SEBRAE, 2019).

### 3 METODOLOGIA

Considerando o objetivo geral a ser investigado, a presente pesquisa se classifica como descritiva, uma vez que, de acordo com Gil (2008, p. 47), orienta-se para a “descrição das características pertinentes a uma população ou fenômeno”, tendo como objetivo “estudar as características de um grupo: sua distribuição por idade, sexo, procedência, nível de escolaridade, nível de renda, estado de saúde física e mental etc.” (GIL, 2008, p. 47).

Realizou-se um levantamento bibliográfico de artigos e livros, os quais foram responsáveis por oferecer uma explanação sobre o empreendedorismo e, especificamente, o empreendedorismo feminino, tendo a contextualização da mulher no mercado de trabalho como base. No que tange ao Programa Microempreendedor Individual, as principais fontes consultadas foram o sítio do Governo criado, exatamente, para esse público (o Portal do Empreendedor) e o Sebrae, os quais reúnem várias informações pertinentes a tal figura. Percebeu-se, no entanto, relativa escassez de trabalhos que se empenham em conhecer o indivíduo que opta por empreender mediante o programa acima citado. Mais raros ainda são trabalhos que se inclinam, especificamente, em conhecer a atuação feminina em tal programa, o que difi-

cultou a utilização de um modelo teórico capaz de servir como base e orientação para este trabalho. Desse modo, o estudo também se classifica como bibliográfico, pois a pesquisa foi

elaborada a partir de material já publicado, constituído, principalmente, de livros, revistas, publicações em periódicos e artigos científicos, jornais, boletins, monografias, dissertações, teses, material cartográfico, internet, com o objetivo de colocar o pesquisador em contato direto com todo material já escrito sobre o assunto da pesquisa (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 54).

Perante a ausência de um modelo teórico capaz de fornecer condições para se realizar uma comparação com as informações a serem detalhadas em tópico posterior, optou-se por utilizar-se de quadros-resumo (QUADRO 1 e QUADRO 2) com os principais achados sobre o perfil da mulher empreendedora, o qual caracteriza, de maneira geral, a participação feminina dentro do empreendedorismo.

Utilizando a mesma justificativa para o uso dos quadros 1 e 2, para conhecer o perfil da mulher dentro do MEI serão utilizadas como comparativo, sempre que possível, informações trazidas pelo Relatório do MEI, produzido pelo Sebrae (2017), atentando, prioritariamente, para os achados que se relacionam ao perfil, objeto deste estudo. Apesar de as informações fornecidas pelo referido relatório serem feitas de maneira indiscriminada, ou seja, incluindo os dois sexos, ele será utilizado para verificar se o perfil da mulher aqui observado está consoante ao perfil geral do MEI, podendo trazer, também, dados novos a partir das entrevistas realizadas pelo autor.

A estratégia adotada pelo estudo classifica-se como pesquisa de campo. Pesquisas desse tipo são, costumeiramente, utilizadas quando o pesquisador deseja obter informações ou conhecimentos sobre determinado tema ou problema, para o qual se buscam, por meio de estudo, respostas que o solucionem (LAKATOS; MARCONI, 2013).

A pesquisa caracteriza-se como quantitativa, pois buscou conferir destaque às respostas mais elencadas pelo grupo que se desejou conhecer, de acordo com seu grau de predominância. Conforme Prodanov e Freitas (2013), estudos realizados com esse ponto de vista permitem ao pesquisador quantificar opiniões e informações, classificando-as e analisando-as posteriormente.

Adicionalmente, o estudo classifica-se, também, como qualitativo uma vez que, por meio da entrevista realizada com o público-alvo da pesquisa, foram observados os comportamentos, as expressões e a linguagem corporal das pessoas entrevistadas. Sobre o caráter qualitativo, Prodanov e Freitas (2013, p. 70) escrevem: “pesquisa qualitativa: considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números.”

Conforme relatado por um dos funcionários do Sebrae, a unidade em que o estudo foi realizado conta com uma movimentação diária de 150 indivíduos atendidos, os quais procuram a entidade por variados motivos.

A participação da pesquisa estava condicionada a dois critérios: ser mulher e formalizada como MEI. No entanto, não foi informada a quantidade exata de pessoas que se enquadram em tal perfil, inviabilizando, de certa forma, o tratamento estatístico para o cálculo da amostra. Destarte, o cálculo da amostra foi realizado por conveniência, o qual permite ao pesquisador, sem utilizar técnicas estatísticas, selecionar elementos, prontamente, disponíveis e acessíveis, admitir que a representação do universo possa estar contida em tal agrupamento (GIL, 2008). A pesquisa contou com a participação de 33 mulheres formalizadas como MEI, as quais foram consultadas nos dias 29 e 30 de abril, 02, 03, 06 e 07 de maio de 2019.

Para a obtenção dos dados que serão mais bem detalhados nos tópicos seguintes, foram realizadas entrevistas, utilizando-se um formulário adaptado do relatório sobre o Perfil do MEI do Sebrae, adicionando-se questões

pertinentes ao universo feminino, buscando entender suas motivações e dificuldades como microempreendedora dentro do Programa MEI. O formulário, segundo Lakatos e Marconi (2003, p. 212) trata-se de um instrumento que se caracteriza pelo “contato face a face entre pesquisador e informante e ser o roteiro de perguntas preenchido pelo entrevistador, no momento da entrevista”.

Além disso, visando evidenciar as motivações relatadas pelas mulheres ao lançarem-se para a gestão de um negócio e empreendedorismo, desenvolveu-se, após uma análise de conteúdo das palavras-chave, uma nuvem de palavras por meio de um editor de textos. A análise de conteúdo, conforme explica Vergara (2005), trata-se de uma técnica de organização de dados que tem como objetivo identificar o que está sendo dito a respeito de determinado assunto ou tema.

## 4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Devido à mencionada escassez de publicações e pesquisas que se esforcem em trabalhar o perfil a ser aqui traçado, o presente estudo requer uma adaptação capaz de servir de comparativo com os resultados a serem aqui detalhados. Dessa forma, o confronto será feito da seguinte maneira: os dados referentes ao perfil sociodemográfico da mulher, bem como suas motivações e dificuldades em sua opção por empreender, serão confrontados com os estudos realizados pelos autores citados no referencial teórico e nos quadros 1 e 2 deste material, enquanto as informações referentes ao MEI serão, na medida do possível, acareadas pelo Relatório Perfil do MEI, estudo de abrangência nacional confeccionado pelo Sebrae (2017).

### 4.1 PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

Quando questionadas sobre o intervalo que melhor caracterizava a sua faixa etária, 10 (30%) delas responderam que está no intervalo

entre 46-55 anos. O mesmo número foi observado, também, entre as respondentes que afirmaram ter entre 36-45 anos de idade. Outro empate ocorreu entre as entrevistadas que marcaram a opção 26-35 anos e acima de 55 anos, tendo, cada uma delas, seis registros. Apenas uma delas afirmou que tem idade entre 18-25 anos.

Os dados sugerem que a maioria das mulheres (60%) estão entre os 36 e 55 anos. Por ter-se optado trabalhar opções de maneira intervalar, torna-se difícil realizar um comparativo com os estudos feitos pelos autores dos quadros 1 e 2. No entanto, observa-se que parte das respostas se encontram dentro do intervalo observado em suas pesquisas. Maior proximidade há com os achados do Sebrae (2017), uma vez que a concentração encontrada em seu estudo se situa entre 30 e 64 anos.

Abordando o estado civil das respondentes, existe uma proximidade entre o número de casadas e solteiras: 17 (52%) delas afirmaram serem casadas, enquanto 14 (42%) afirmaram não ter companheiros (as). Pessoas com união estável e divorciadas registraram apenas uma resposta cada.

Apesar de a diferença ter sido sutil, apresentando 10 pontos percentuais de disparidade, os resultados da pesquisa estão de acordo com o perfil traçado pelos autores dos quadros 1 e 2, uma vez que, em suas pesquisas, observaram que as entrevistadas eram casadas.

Juntamente com seus companheiros, tais mulheres garantem o sustento de suas famílias. No que tange aos dividendos auferidos em suas atividades como microempendedoras individuais, 12 (36%) delas afirmaram que seus negócios lucram entre R\$ 998,01 até R\$ 1.996,00, ou seja, seus ganhos se situam entre 1 e 2 salários-mínimos por mês. Entre as respondentes, 8 (24%) afirmaram receber até 1 salário-mínimo (R\$ 998,00), 7 (21%) entre R\$ 1.996,00 e R\$ 2.994,00 e 4 (12%) delas afirmam auferir, mensalmente, valores acima de R\$ 4.990,00. As entrevistadas que disseram ganhar entre R\$ 2.994,00 e R\$ 3.992,00 e entre R\$ 3.992,00 e R\$ 4.990,00 registraram uma resposta cada uma.

Observando os dados acima, perceberemos um grande predomínio de mulheres microempendedoras que afirmam obter o lucro mensal de 1 a 2 salários-mínimos. No entanto, pode-se observar, também, que um número significativo delas garante receber valores que alcançam, no máximo, 1 salário-mínimo. Tal fato mostra um aspecto preocupante no que tange às finanças das MEIs entrevistadas, as quais justificaram que não estão ganhando muito devido ao momento pelo qual seus comércios e negócios estão passando, afirmando, em muitas das vezes, a existência de uma crise e queda no índice de vendas e prestação de serviços.

Em relação ao grau de instrução formal, 12 (36%) das mulheres afirmaram ter concluído o ensino médio, enquanto 5 (15%) relatam não ter terminado esse nível. Digno de nota está para o número de respondentes que afirmaram não ter acabado o ensino fundamental, apresentando a porcentagem de 18%. O ensino superior completo foi a opção de 4 (12%) das respondentes. Graus de escolaridade como fundamental completo (6%) e incompleto (6%), pós-graduação (3%) e ensino técnico completo (3%) obtiveram poucos registros.

Conforme observado e evidenciado pelas informações acima, é perceptível que o grau de escolaridade das mulheres microempendedoras individuais é a de ensino médio completo, não correspondendo ao que foi observado em estudos já citados neste material, que indicam, de maneira geral, um alto grau de escolaridade entre as empreendedoras. Uma das razões que podem servir para explicar tal configuração seria a menor exigência de se ter uma formação para se conduzir uma microempresa que, de maneira geral, exige menor administração de recursos e, conseqüentemente, menor complexidade técnica. Vale considerar que os dados aqui encontrados se alinham à pesquisa geral feita pelo Sebrae (2017).



## 4.2 PARTICIPAÇÃO FEMININA NO PROGRAMA MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL

As atividades desempenhadas pelas mulheres enquanto MEI são variadas. No entanto, há destaque para as que lidam com vestuário (24%), costura (12%), confecção (9%), promotora de vendas (9%), mercearia (6%) e cabeleireira (6%). Atividades como manicure, confeitaria, doceira, entre outras, foram citadas, porém apresentando apenas um registro cada uma. Vale salientar que os dados referentes a esse aspecto obtidos nas entrevistas foram tratados e interpretados de modo a estarem de acordo com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), listadas pelo Portal do Empreendedor (2019c) para, então, serem analisados.

Conforme observado, a opção relacionada ao comércio de roupas e vestuários diversos recebeu uma frequência maior de respondentes. Vale, ainda, salientar que opções como costura e confecção apresentam grande fatia do número de respondentes. Tal fato justifica-se por a pesquisa ter sido realizada na cidade de Fortaleza, conhecida nacionalmente por ser uma cidade que possui a indústria têxtil bastante aquecida.

Fato interessante de ser destacado é a concentração das atividades em setores, como comércio e serviços. De acordo com os autores presentes nos quadros 1 e 2, bem como pesquisas citadas no referencial teórico deste trabalho, as mulheres, historicamente, têm procurado explorar empreendimentos nesse setor. Os dados aqui obtidos também estão de acordo com os achados do Sebrae (2017).

Uma das facilidades oferecidas pelas atividades levantadas pelas entrevistadas relaciona-se ao local onde elas são desempenhadas. Quando questionadas sobre o local onde operam seus negócios, 19 (58%) afirmam trabalhar em casa e 8 (24%) delas em um estabelecimento comercial. O número de ambulantes e o de mulheres que trabalham na empresa ou casa do cliente são 4 (12%) e 2 (6%), respectivamente.

Os dados sugerem que o Programa Microempreendedor Individual confere às mulhe-

res uma maior possibilidade de se trabalhar em casa. Além de uma alternativa interessante para realizar a atividade sem sair de seu lar, auxilia as mulheres no que tange aos gastos que teriam com o aluguel de um estabelecimento comercial. Trabalhar em casa oferece maior comodidade à mulher, facilitando a administração do negócio e os cuidados com a casa, parentes e filhos. Trabalhar em casa também foi observado na pesquisa nacional feita pelo Sebrae (2017), sendo um fato comum, tanto a homens, como mulheres.

Visando conhecer a vida profissional da mulher antes de buscar a formalização como MEI, lançou-se, na entrevista, um questionamento acerca de sua ocupação anterior. Um número expressivo de mulheres (20 delas – 61%) afirmaram ter trabalhado de maneira informal, sem CNPJ, obtendo seus rendimentos sem nenhuma proteção social e trabalhista. O percentual de mulheres que afirmaram ter empregos com carteira assinada foi de 33% (11 registros), enquanto estudante e aposentada apresentaram uma resposta, cada uma.

Os dados acima sugerem que o principal objetivo do programa – reduzir a informalidade dos negócios – tem obtido sucesso, uma vez que, antes da formalização, as mulheres aqui observadas operavam na informalidade. Tal informação contrasta com o que foi percebido pelo relatório do Sebrae (2017), uma vez que seu estudo observou uma maior adesão de pessoas que antes trabalhavam formalmente com carteira de trabalho. Uma das razões que podem ser capazes de explicar a divergência acima estaria relacionada aos motivos que levam a mulher a empreender, o que será mostrado posteriormente.

Abordando os benefícios percebidos pelas mulheres a partir do momento em que realizaram a formalização como microempreendedoras individuais, foi indagado a elas se houve um acréscimo no número de vendas que elas costumavam ter normalmente quando viviam na informalidade. Na visão de 19 (58%) delas, o simples fato de ter-se formalizado não foi suficiente para trazer mais clientes, enquanto o

restante (14 delas – 42%) conta que notaram o incremento nas vendas devido à formalização.

Como se pode notar, houve um certo equilíbrio entre o número de pessoas que perceberam o aumento no número de venda e as que não perceberam. Durante as entrevistas, as mulheres procuraram justificar suas respostas, afirmando que, por trabalhar em um setor bastante competitivo (a maioria, como visto, pertence ao setor terciário), as vendas não subiram de maneira automática com a formalização. Ainda, segundo elas, a sazonalidade as inviabiliza de responder, com precisão, a tal questionamento. No entanto, considerando o grau de percepção delas em suas falas, observa-se que, segundo elas, o incremento não ocorreu, contrariando ao que foi observado pelo Sebrae (2017), o qual estabelece que, para maioria dos entrevistados, o aumento de vendas foi significativo.

Ainda avaliando os impactos oriundos da formalização, as entrevistadas foram consultadas quanto à sua relação com a outra ponta da cadeia produtiva. Tratando sobre os fornecedores de suas matérias-primas, número expressivo das respondentes (21 delas – 64%) declarou que a formalização proporcionou uma relação melhor na aquisição dos insumos, enquanto 8 (24%) negaram tal informação e 4 (12%) não sabiam ou não quiseram responder.

Para as mulheres, a compra de matérias-primas apresenta-se como um dos benefícios obtidos com a formalização como MEI. Em suas respostas, disseram que o fornecimento de produtos se tornou mais fácil mediante a apresentação do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), e que a compra em grande volume passou a ser oferecida com descontos e outras vantagens, tais como o pagamento a prazo e o crédito. Tal fato também foi observado na pesquisa nacional, em que quase a totalidade dos entrevistados (78%) defende uma interessante contribuição nas condições de compra (SEBRAE, 2017).

Buscando conhecer a configuração financeira das mulheres entrevistadas, questionou-se a existência ou não de outra fonte de renda, a qual serviria para complementar

o ganho financeiro obtido em suas atividades como microempreendedoras individuais. Nesse aspecto, quase a totalidade das mulheres consultadas (28 delas – 85%) afirmaram não possuir renda complementar. O restante das opções teve pouco índice de respostas: tenho emprego informal (2 – 6%), recebo ajuda financeira de parentes ou amigos (2 – 6%) e recebo aposentadoria apenas 1.

Os dados sugerem que as atividades desempenhadas como MEI são a única e exclusiva fonte de renda das mulheres entrevistadas, o que denota a tamanha importância que o programa tem em suas vidas profissionais e como donas de um negócio. No entanto, foi percebido certo receio das mulheres em responder a tal pergunta, talvez por medo de o autor ter alguma atribuição ou função que lhes pudesse prejudicar ao acessar tal informação. Apesar disso, as respostas aqui obtidas encontram respaldo, também, na análise realizada pelo Sebrae (2017), na qual um número expressivo de indivíduos respondeu ter, como fonte de renda, somente o negócio como MEI.

Avaliando outros aspectos do programa e, de certa forma, conhecendo as pretensões das mulheres dentro do programa MEI, acreditou-se ser interessante saber por qual motivo, de maneira específica, as mulheres decidiram realizar a formalização e o registro como microempreendedora individual. Entre as entrevistadas, houve certo consenso (23 delas – 70%) de que os benefícios do INSS, tais como aposentadoria, auxílio-doença, salário-maternidade, pensão, entre outros, foram as molas propulsoras que as fizeram abandonar a informalidade, além de ter uma empresa formal (5 registros – 15%) e evitar problemas com a fiscalização (2 respondentes – 6%). Opções como possibilidade de fazer compras mais baratas ou melhores, possibilidade de emitir nota fiscal e terceirizar serviços alcançaram somente 1 respondente cada uma.

Os benefícios garantidos pelo INSS tornam-se um atrativo para as mulheres entrevistadas, pois uma vez que grande parte delas saiu da informalidade – e, por consequência, de uma

atividade que não contemplava os bônus advindos da seguridade social – torna-se interessante realizar a contribuição para a utilização futura do recurso depositado. Apesar de a pesquisa do Sebrae (2017) ter também observada essa característica, a porcentagem por ele percebida não se apresentou de maneira maciça, pois obteve, ao lado de ter uma empresa formal, 26% de respostas. É relevante destacar que, para a resposta dessa questão, as mulheres não possuíram muita dificuldade de elencá-la, o que reforça a sua pretensão inicial ao se formalizar.

#### 4.3 MOTIVAÇÕES PARA EMPREENDER E DESAFIOS ENCONTRADOS

Visando expandir os conhecimentos para a atuação empreendedora das mulheres que impactam diretamente em sua participação no programa tema deste trabalho, exploraram-se duas questões no formulário que fossem capazes de detectar as motivações que levam uma mulher a abrir e a administrar seu próprio negócio, bem como as dificuldades percebidas ao empreender.

Pediu-se que as mulheres pudessem resumir, em poucas palavras, as razões pelas quais levaram à abertura de seus empreendimentos e à execução de suas atividades como microempreendedoras. Após a análise das palavras-chave, montou-se a seguinte nuvem de palavras:

Figura 1 – Motivações das microempreendedoras individuais



Fonte: elaborado pelos autores.

Conforme evidenciada pela figura 1, a palavra que contou com um maior destaque foi a questão da independência. Apesar de fatores,

como prazer (fazer a atividade porque gosta), ter uma referência na família, flexibilidade e autonomia terem sido mencionadas, a palavra independência foi respondida quase que de maneira espontânea pelas entrevistadas, as quais pareciam satisfeitas em pronunciá-la. Para muitas delas, ser sujeita ativa de sua própria vida, sem interferência de terceiros, constitui-se no principal motivo pelo qual optaram por lançar-se no mercado e criar seu próprio negócio, seguindo as tendências observadas nos resultados da pesquisa dos quadros 1 e 2, sobretudo os estudos de Dhaliwal (2006) e Bennet e Dan (2000).

Em oposição, as entrevistadas foram questionadas sobre os fatores desmotivadores, ou seja, particularidades de sua vida como mulher empreendedora que se levantam como verdadeiros empecilhos para o alcance de seus objetivos. As três alternativas que contaram com maior número de respondentes foram multiplicidade de papéis (15 respostas – 45%), não visualizam nenhum tipo de problema (9 mulheres – 27%) e o machismo (2 registros – 6%).

De maneira semelhante à pergunta anterior, deu-se liberdade para as mulheres elencarem, de maneira resumida, os obstáculos por elas percebidos. Conforme pode-se constatar, a questão das diversas jornadas desempenhadas pelas mulheres encontra-se como entrave para o foco e atenção em seus próprios negócios como microempreendedoras. Algumas delas relataram dificuldade em administrar o tempo em sua atividade profissional e em seus papéis como mãe de família, contrariando os achados de Possatti e Dias (2002) e Das (1990) (QUADRO 2). Apesar disso, torna-se interessante destacar que uma quantidade razoável de mulheres não conseguia visualizar nenhum problema quanto à questão colocada, mostrando-se satisfeitas com a sua atual situação.

#### 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os esforços empreendidos no presente trabalho atuaram no sentido de conhecer a participação feminina no Programa Microempreendedor Individual, uma ferramenta do Governo

Federal para o incentivo à criação de empresas e negócios formalizados, buscando conhecer suas características sociodemográficas, qual atividade econômica desempenha e como a executa, além das motivações e desafios encontrados enquanto mulheres empreendedoras.

Quanto aos objetivos visados pela pesquisa, grande número de características aqui observadas apresentam semelhanças com estudos feitos com outras mulheres empreendedoras, destacando-se a presença feminina no setor de serviços e comércio; a independência como forte fator para impulsionar as mulheres a se lançarem em um mercado que apresenta, na presente sociedade, características marcadamente masculinas; e problemas como a concentração de papéis relegados ao sexo feminino, oriundos de uma forte construção social, conforme explicado no decorrer deste trabalho.

No que diz respeito ao perfil do microempreendedor individual, as informações adquiridas por meio da pesquisa de campo realizada pelo autor com mulheres empreendedoras confirmam os dados do relatório emitido pelo Sebrae (2017), o qual, vale salientar, foi realizado, considerando ambos os sexos. No entanto, as análises dos dados da presente pesquisa observaram informações adicionais ao priorizar o sexo feminino. Pode-se citar, como exemplo, o fato de as mulheres consultadas terem advindo de uma vida relegada à informalidade, da não percepção de aumento das vendas e de os benefícios previdenciários representarem forte motivação pelas mulheres quando perguntadas as razões pelas quais escolheram o registro como MEIs.

Apesar das conclusões aqui encontradas, o estudo apresenta as seguintes limitações: em primeiro lugar, a realização da pesquisa em apenas um posto de atendimento do Sebrae, bem como a ausência de uma amostragem estatística tornam difícil a generalização das informações aqui expostas, servindo apenas para caracterizar as pessoas que o estudo consultou. Outro fator que se apresentou como desvantagem foi a escassez de respondentes durante alguns dias da semana (quinta e sexta-feira, por exemplo), o que inviabilizou um número maior

de participantes, bem como o temor de algumas pessoas em responder à pesquisa, talvez por receio de que elas pudessem ser prejudicadas de alguma forma.

A principal dificuldade aqui encontrada está relacionada à escassez de trabalhos que se empenha em conhecer o Programa Microempreendedor Individual, suas vantagens e benefícios, sua importância econômica e, sobretudo, social. Os poucos trabalhos existentes, como foi citado anteriormente, limitam-se apenas à análise de relatórios e outros documentos, sem realizar levantamentos e estudos práticos que possam trazer contribuições para futuras pesquisas. Como consequência, trabalhos com mulheres formalizadas como MEIs são, praticamente, inexistentes.

Para os futuros trabalhos, os autores sugerem que se possam realizar, na medida do possível, pesquisas que procurem avaliar o impacto social da Lei 128/2008 na vida das mulheres, bem como trabalhos que objetivem avaliar o impacto de tal programa no que diz respeito à diminuição das desigualdades de gênero, as quais ainda persistem em nossa sociedade e foram mencionadas por algumas entrevistadas como dificuldades.

## REFERÊNCIAS

- ADEELANJUM, Muhammad *et al.* Problems and Prospects of Women Entrepreneurs: a case study of Quetta-Pakistan. **International Journal of Business and Social Science**, v. 3, n. 23, 2012.
- ALAM, Syed *et al.* An Exploratory Study of Women Entrepreneurs in Malaysia: Motivation and Problems. **Journal of Management Research**, v. 4, n. 4, 2012.
- BENNETT, R.; DANN, S. The changing experience of Australian female entrepreneurs. **Gender, Work & Organization**, v. 7, n. 2, p. 75-83, 2000. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/1468-0432.00095>. Acesso em: 8 mar. 2019.

- BODEN, R. J. Flexible working hours, family responsibilities, and female self-employment. **American Journal of Economics and Sociology**, v. 58, n. 1, p. 71-83, jan. 1999. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/j.1536-7150.1999.tb03285.x>. Acesso em: 8 mar. 2019.
- BRUSCHINI, C. O trabalho da mulher brasileira nas décadas recentes. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, p. 179-199, jan. 1994. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/16102>. Acesso em: 11 fev. 2019.
- BUTTNER, E. H.; MOORE, D. P. Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success. **Journal of Small Business Management**, v. 35, n. 1, p. 34-46, 1997. Disponível em: <https://bit.ly/2FYS2DC>. Acesso em: 1 mar. 2019.
- CARNOY, M. La familia, el trabajo flexible y los riesgos que corre la cohesión social. **Revista Internacional del Trabajo**, v. 118, n. 1, p. 461-481, 1999. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/j.1564-913X.1999.tb00142.x>. Acesso em: 25 fev. 2019.
- CASSOL, N. K.; SILVEIRA, A.; HOELT-GEBAUM, M. Empreendedorismo feminino: análise da produção científica da base de dados do Institute for Scientific Information (ISI), 1997-2006. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 31., 2007, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/ESO-C1347.pdf>. Acesso em: 24 fev. 2019.
- COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR -CAPES. **Portal de Periódicos CAPES/MEC**. 2021. Disponível em: <http://www-periodicos-capes-gov-br.ez1.periodicos.capes.gov.br>. Acesso em 19 out. 2021.
- CORSEUIL, C. H. L.; NERI, M. C.; ULYSSEA, G. Uma análise exploratória dos efeitos da política de formalização dos microempreendedores individuais. **Texto para Discussão**, Brasília, IPEA, n. 1939, 2014. Disponível em: [http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/2937/1/TD\\_1939.pdf](http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/2937/1/TD_1939.pdf). Acesso em: 14 fev. 2019.
- COSTA, A. A. A mulher na força de trabalho. **Revista Feminismos**, Salvador, v. 2, n. 2, p. 14-22, maio/ago. 2014. Disponível em: <https://doaj.org/article/dc2c06c63209479ab3d7aeec9c860560>. Acesso em: 19 fev. 2019.
- DAS, M. Women entrepreneurs from Southern India: An Exploratory Study. **The Journal of Entrepreneurship**, v. 8, n. 2, p. 147-163, 1999. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/097135579900800202>. Acesso em: 8 mar. 2019.
- DHALIWAL, S. Winning women: UK female entrepreneurs. In: INTERNATIONALIZING ENTREPRENEURSHIP EDUCATION AND TRAINING, 2006, São Paulo. **Proceedings [...]**. São Paulo: FGV, 2006. Disponível em: [http://www.intent-conference.de/DWD/\\_621/upload/media\\_1891.pdf](http://www.intent-conference.de/DWD/_621/upload/media_1891.pdf). Acesso em: 27 fev. 2019.
- EMPREENDEDORAS conquistam mais espaço no mercado de trabalho. **Diário do Nordeste Online**, Fortaleza, 7 mar., 2019. Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/editorias/negocios/empreendedoras-conquistam-mais-espaco-no-mercado-de-trabalho-1.2072277>. Acesso em: 20 fev. 2019.
- GANESAN, R.; KAUR, D.; MAHESHWARI, R. C. Women Entrepreneurs. **The Journal of Entrepreneurship**, v. 11, n. 1, 2002.
- GIDDENS, A. **Sociologia**. Tradução de Alexandra Figueiredo, Ana Patrícia Duarte Baltazar, Carina Lorga da Silva, Patrícia Matos e Vasco Gil. 6. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2001.

- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. Disponível em: <https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-de-pesquisa-social.pdf>. Acesso em: 6 maio 2019.
- GOMES, A. F. O outro no trabalho: mulher e gestão. **Revista de Gestão USP**, São Paulo, v. 12, n. 3, p. 1-9, jul./set. 2005. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/rege/article/view/36522/39243>. Acesso em: 11 fev. 2019.
- GRECO, S. M. S. S. *et al.* **Empreendedorismo no Brasil**: 2010. Curitiba: IBPQ, 2010. Disponível em: [http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/livro\\_gem\\_2010.pdf](http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/livro_gem_2010.pdf). Acesso em: 27 fev. 2019.
- HASHIMOTO, F.; SIMÕES, F. I. W. Mulher, mercado de trabalho e as configurações familiares do século XX. **Revista Vozes dos Vales da UFJVM**, v. 1, n. 2, out. 2012. Disponível em: [http://site.ufvjvm.edu.br/revistamultidisciplinar/files/2011/09/Mulher-mercado-de-trabalho-e-as-configura%C3%A7%C3%B5es-familiares-do-s%C3%A9culo-XX\\_fatima.pdf](http://site.ufvjvm.edu.br/revistamultidisciplinar/files/2011/09/Mulher-mercado-de-trabalho-e-as-configura%C3%A7%C3%B5es-familiares-do-s%C3%A9culo-XX_fatima.pdf). Acesso em: 23 fev. 2019.
- HISRICH, R. D.; AYSE ÖZTÜRK, S. Women entrepreneurs in a developing economy. **Journal of Management Development**, v. 18, n. 2, 1999.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA IBGE. **Estatísticas de gênero**: indicadores sociais das mulheres do Brasil. 2018. Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101551\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101551_informativo.pdf). Acesso em: 25 fev. 2019.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE QUALIDADE E PRODUTIVIDADE - IBQP. **Análise dos resultados do GEM 2017 por gênero**. 2017. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2018/08/GEM-An%C3%A1lise-por-genero-2017.pdf>. Acesso em: 27 fev. 2019.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- LANGOWITZ, N.; MINNITI, M. The entrepreneurial propensity of women. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 31, n. 3, p. 341-364, 2007. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1111/j.1540-6520.2007.00177.x>. Acesso em: 27 fev. 2019.
- MACHADO, H. V. *et al.* O processo de criação de empresas por mulheres. **RAE eletrônica**, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 1-22. jul./dez. 2003. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1676-56482003000200007&script=sci\\_abstract&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1676-56482003000200007&script=sci_abstract&tlng=pt). Acesso em: 8 mar. 2019.
- MANOLOVA, T.; BRUSH, C.; EDELMAN, L. What do women entrepreneurs want. **Strategic Change**, v. 17, p. 69-82, 2008. Disponível em: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.318.8106&rep=rep1&type=pdf>. Acesso em: 27 fev. 2019.
- NAYYAR, P. *et al.* Causes and Constraints Faced by Women Entrepreneurs in Entrepreneurial Process. **Journal of Social Sciences**, v. 14, n. 2, 2007.
- OLIVEIRA, E. M.; COELHO, T. J. N.; NAKAZONE, N. A participação feminina no microempreendedorismo individual no estado de São Paulo. **Revista Lumen**, v. 1, p. 120-145, jan. 2016. Disponível em: <http://www.periodicos.unifai.edu.br/index.php/lumen/article/download/16/45>. Acesso em: 27 ago. 2019.
- PORTAL DO EMPREENDEDOR. Leis e Decretos. **Estatísticas**, 2019a. Disponível em: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatisticas>. Acesso em: 19 fev. 2019.
- PORTAL DO EMPREENDEDOR. Dúvidas relacionadas ao Microempreendedor Individual. **Dúvidas Frequentes**, 2019b. Disponível em: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/dvidas-frequentes>. Acesso em: 15 fev. 2019.

- PORTAL DO EMPREENDEDOR. O que um MEI pode fazer? **Formalize-se**, 2019c. Disponível em: <http://www.portaldoe empreendedor.gov.br/temas/quero-ser/formalize-se/atividades-permitidas>. Acesso em: 16 fev. 2019.
- POSSATTI, I. C.; DIAS, M. R. Multiplicidade de papéis da mulher e seus efeitos para o bem-estar psicológico. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, Porto Alegre, v. 15, n. 2, p. 293-301, jan. 2002. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-79722002000200007&script=sci\\_abstract&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-79722002000200007&script=sci_abstract&tlng=pt). Acesso em: 8 mar. 2019.
- PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: <http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>. Acesso em: 6 maio 2019.
- RAMADANI, V. *et al.* Women entrepreneurs in the Republic of Macedonia: waiting for directions. **International Journal of Entrepreneurship and Small Business**, v. 19, n. 1, p. 95-121, 2013.
- SAFFIOTI, H. I. B. **A mulher na sociedade de classes: mito e realidade**. Petrópolis: Vozes, 1976. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/3825626/mod\\_resource/content/1/Saffioti%20%281978%29%20A\\_Mulher\\_na\\_Soc\\_Classes.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/3825626/mod_resource/content/1/Saffioti%20%281978%29%20A_Mulher_na_Soc_Classes.pdf). Acesso em: 11 fev. 2019.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. **Perfil do Microempreendedor Individual**. 2017. Disponível em: [https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2018/03/Perfil-do-Microempreendedor-Individual\\_2017-v10.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2018/03/Perfil-do-Microempreendedor-Individual_2017-v10.pdf). Acesso em: 15 fev. 2019.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. 8 Benefícios de se formalizar como MEI. **Marketing**, 2019. Disponível em: <http://sebraemercados.com.br/8-beneficios-de-se-formalizar-como-mei/>. Acesso em: 16 fev. 2019.
- SHANE, S.; KOLVEREID, L.; WESTHEAD, P. An exploratory examination of the reasons leading to new firm formation across country and gender. **Journal of Business Venturing**, v. 6, n. 6, p. 431-446, 1991. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/088390269190029D>. Acesso em: 27 fev. 2019.
- SILVA, M. G.; FERNANDES, F. F.; FERRO, E. C. Mulheres na indústria criativa: uma leitura a partir do Programa Microempreendedor Individual nas Missões/RS. **Trama Indústria Criativa em Revista**, v. 6, n. 1, p. 120-138, jul. 2018. Disponível em: <http://revistaadmmade.estacio.br/index.php/trama/article/view/5515/mi>. Acesso em: 27 ago. 2019.
- VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2005.
- WU, Juan *et al.* Identifying women's entrepreneurial barriers and empowering female entrepreneurship worldwide: a fuzzy-set QCA approach. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 15, n. 2, 2019.