

FACULDADES ALVES FARIA (ALFA)  
PROGRAMA DE MESTRADO PROFISSIONAL ALFA

Denisa André de Oliveira

**EDUCAÇÃO E EMPREENDEDORISMO FEMININO:  
VENCENDO ESTEREÓTIPOS E PROMOVENDO DESENVOLVIMENTO EM SÃO  
LUÍS DE MONTES BELOS**

GOIÂNIA

Março de 2014

FACULDADES ALVES FARIA (ALFA)  
PROGRAMA DE MESTRADO PROFISSIONAL ALFA

Denisa André de Oliveira

**EDUCAÇÃO E EMPREENDEDORISMO FEMININO:  
VENCENDO ESTEREÓTIPOS E PROMOVENDO DESENVOLVIMENTO EM SÃO  
LUÍS DE MONTES BELOS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu – Mestrado Profissional em Desenvolvimento Regional das Faculdades Alves Faria (ALFA), para obtenção do título de Mestre, sob a orientação da Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Heliane Prudente Nunes.

Linha de pesquisa: Análise e Políticas de Desenvolvimento Regional

GOIÂNIA

Março de 2014

Catálogo na fonte: Biblioteca Faculdades ALFA

Bibliotecária: Ana Cristina Alves da Silva – CRB-1/1809

O48e Oliveira, Denisa André de

**Educação e empreendedorismo feminino:** vencendo estereótipos e promovendo desenvolvimento em São Luís de Montes Belos / Denisa André de Oliveira. – 2014. 97 f.

Dissertação (mestrado em Desenvolvimento Regional) —  
Faculdades Alves Faria, Goiânia, 2014.

Orientação: Prof. Dr<sup>a</sup>. Heliane Prudente Nunes.

Bibliografia: 81 -85.

1. Educação. 2. Empreendedorismo feminino. I. Título.

**CDU:** 37:658.012.2(817.3)

FACULDADES ALVES FARIA (ALFA)  
PROGRAMA DE MESTRADO PROFISSIONAL ALFA

Denisa André de Oliveira

**EDUCAÇÃO E EMPREENDEDORISMO FEMININO:  
VENCENDO ESTEREÓTIPOS E PROMOVENDO DESENVOLVIMENTO EM SÃO  
LUÍS DE MONTES BELOS**

**AVALIADORAS:**

---

Profª Drª Heliane Prudente Nunes (ALFA)  
Orientadora

---

Profª Drª Cíntia Neves Godoi (ALFA)

---

Profª Drª Maurides Macedo (UFG)

GOIÂNIA  
Março de 2014

*Este trabalho é dedicado a Deus, que tem me guiado sempre na conquista dos meus objetivos. Aos meus pais e meu irmão, motivo pela minha luta incessante. Em especial, ao meu amor, Anderson, razão e inspiração maior pela realização de tantos sonhos. E, com muita admiração, à minha Mestre e Orientadora Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Heliane Prudente Nunes, por ter a mim concedido, com sabedoria e paciência, tantas horas valiosas de ensino e mediação.*

## AGRADECIMENTOS

*A Deus, pela minha vida, pela minha família, pelas pessoas tão especiais que colocastes em meu caminho, pela minha realização profissional.*

*À minha mãe e amiga Vilma, ao meu pai Natalino, ao meu irmão Denis, pelo amor puro e fraterno.*

*Ao meu noivo e melhor amigo Anderson, pelo amor e incentivo constante. Com certeza, os méritos deste trabalho também são dele.*

*Às minhas amigas e colegas de docência, Simone Cristina, Cleirimar, Valdete, Minéia e Bismalda, pelo apoio e compreensão em tantos momentos.*

*Aos meus Mestres da Faculdade Alfa, que tanto contribuíram com seus ensinamentos.*

*Em especial, à minha orientadora Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Heliane Prudente Nunes, exemplo de educadora, por sempre demonstrar paciência e sabedoria ao mediar este trabalho.*

*“Pensar é o trabalho mais difícil que existe.  
Talvez por isso tão poucos se dediquem a ele.”*

*Henry Ford*

## RESUMO

OLIVEIRA, Denisa André de. **Educação e empreendedorismo feminino: vencendo estereótipos e promovendo desenvolvimento em São Luís de Montes Belos**. Dissertação, 2014. 97 f. Mestrado em Desenvolvimento Regional. Faculdades Alves Faria. Goiânia, 2014.

Essa dissertação tem por finalidade identificar alguns exemplos de mulheres que se tornaram microempreendedoras na cidade de São Luís de Montes Belos, caracterizando o seu perfil e as atividades formalizadas, bem como analisando a influência da educação em seus empreendimentos. A metodologia adotada foi a pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental junto ao Ministério da Indústria e Comércio (MDIC) e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e pesquisa empírica realizada com 20 microempreendedoras em São Luís de Montes Belos. Como resultado, obteve-se a identificação do papel que a mulher microempreendedora vem exercendo na região.

PALAVRAS-CHAVE: Mulher. Microempreendedora Individual. Educação. Desenvolvimento Regional.

## **ABSTRACT**

OLIVEIRA, Denisa André de. Education and female entrepreneurship: overcoming stereotypes and promoting development in São Luís de Montes Belos Thesis (Master), 2014, 97 f. Professional Master in Regional Development. Colleges Alves Faria, Goiânia, 2014.

This thesis aims to identify some examples of women who became microbusiness in São Luís de Montes Belos , featuring their profile and formalized activities , as well as analyzing the influence of education in their endeavors. The methodology used was the literature research , documentary research at the Ministério da Indústria e do Comércio (MDIC) and the Serviço Brasileiro de apoio as Microe Pequenas EmpresasBrazilian (Sebrae) and 20 microbusiness empiric search held in São Luís de Montes Belos. As a result it was obtained the paper identification of the microbusiness woman has exerced in the region.

**KEYWORDS:** Woman . Single Microbusiness . Education. Regional Development .

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

QUADRO 1 – Mitos e realidades sobre a figura do empreendedor-----	21
QUADRO 2 – Conteúdo tratado nas Oficinas SEI-----	29
QUADRO 3 – Benefícios e carências concedidas ao MEI-----	36
FIGURA 1- Enquadramento do MEI na Lei Geral -----	27
FIGURA 2- Foto da Construção da Av. Hermógenes Coelho em 1955-----	60
FIGURA 3- Foto da Vista aérea da cidade no ano de 2004-----	60
FIGURA 4 - Cartão-postal “Espelho D’ Água dos Buritis” em 2011-----	61
FIGURA 5 – Mapa da localização de SLMB na Microrregião de Anicuns-----	63
GRÁFICO 1 -Total de MEIs em São Luís de Montes Belos-----	66
GRÁFICO 2 - Faixa etária dos MEIs-----	67
GRÁFICO 3 -Principais atividades registradas pelas mulheres MEIs -----	68
GRÁFICO 4- Faixa etária das MEIs pesquisadas-----	71
GRÁFICO 5- Estado Civil das MEIs-----	71
GRÁFICO 6 – Tempo em que as MEIs residem em SLMB-----	72
GRÁFICO 7- Escolaridade das MEIs-----	73
GRÁFICO 8 – Formação continuada-----	74
GRÁFICO 9 – Atividades formalizadas pelas MEIs-----	75

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1- Ranking da Lei Geral aplicada no país-----	
--	--

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

CGSN- Comitê Gestor do Simples Nacional

CLT - Consolidação das Leis do Trabalho

CNAE - Classificação Nacional de Atividades Econômicas

COFINS - Contribuição Social para o Financiamento da Seguridade Social

CSLL - Contribuição Social sobre o Lucro Líquido

CPP - Contribuição Patronal Previdenciária

DASMEI - Documento de Arrecadação do Simples Nacional Microempreendedor Individual

FENACON - Federação Nacional das Empresas de Serviços Contábeis e das Empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

FGTS - Fundo de Garantia por Tempo de Serviço

ICMS - Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transportes Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação

IMB- Instituto Mauro Borges de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos

INSS - Instituto Nacional de Seguridade Social

IPI - Imposto sobre Produtos Industrializados

IRPJ - Imposto de Renda Pessoa Jurídica

ISS - Imposto sobre Serviços

LC - Lei Complementar

LG – Lei Geral

MDIC - Ministério do Desenvolvimento da Indústria e Comércio

MEI - Microempreendedor Individual

PIS - Programa de Integração Social

PNPM- Plano Nacional de Políticas para Mulheres

RFB - Receita Federal do Brasil

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas

SEGPLAN- Secretaria de Estado de Gestão e Planejamento

SEI - Sebrae Empreendedor Individual

SIMEI - Simples Nacional do Microempreendedor Individual

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	13
<b>1 ABORDAGENS SOBRE O EMPREENDEDORISMO E O MICROEMPREENDEDORISMO : CONCEITOS E LEGISLAÇÃO</b>	18
1.1 Empreendedorismo	18
1.2 A Lei Geral	23
1.3 O Microempreendedorismo	27
1.3.1 Exigências para se tornar um Microempreendedor Individual	30
1.3.2 Carga Tributária do MEI	31
1.3.3 Benefícios concedidos ao MEI	35
<b>2 BREVE TRAJETÓRIA DO TRABALHO FEMININO</b>	38
2.1 A mulher colona	38
2.2 O trabalho feminino nas fábricas	40
2.3 A mulher empreendedora do século XXI	46
2.4 Mulheres empreendedoras de sucesso no Brasil	50
2.5 Importância da Educação no empreendedorismo feminino	53
<b>3 SÃO LUÍS DE MONTES BELOS: CENÁRIO DE EXPANSÃO ECONÔMICA E PÓLO EDUCACIONAL REGIONAL/LOCAL</b>	59
3.1 Crescimento demográfico	59
3.2 Indústrias, serviços e comércios	61
3.3 Cenário educacional	63
3.4 O microempreendedorismo feminino: perfil e atividades principais	66
<b>4 ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA</b>	70
4.1 Metodologia utilizada	70
4.2. Resultados	70
4.2.1 Perfil das mulheres microempreendedoras individuais entrevistadas	71
4.2.2 Atividades formalizadas pelas MEIs	74
4.2.3 A gestão das MEIs e as perspectivas para o futuro de seus empreendimentos	76

<b>CONCLUSÃO</b> .....	78
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	81
<b>APÊNDICES</b> .....	86
Apêndice A- População Censitária de São Luís de Montes Belos .....	86
Apêndice B -Atividades formalizadas em São Luís de Montes Belos, por Código CNAE e Sexo .....	87
Apêndice C- Questionário aplicado às Microempreendedoras Individuais .....	95

## INTRODUÇÃO

O século XXI trouxe sinais de grandes mudanças para os seres humanos. Os novos tempos determinaram uma mudança de raciocínio, isso porque nos dias de hoje, não se exige um cérebro especificamente masculino ou feminino, mas a renúncia a pensamentos e comportamentos arcaicos. As transformações políticas, econômicas e sociais ocorridas, engendraram profundas alterações nas relações econômicas e sociais. O desenvolvimento tecnológico estreitou a comunicação e acelerou o processo de competição empresarial e, com efeito, a sobrevivência das empresas depende da modernização, incluindo mudança nos conceitos e paradigmas outrora vigentes.

Um crescente número de mulheres está montando seu próprio negócio e saindo da informalidade por meio de do projeto Microempreendedor Individual (MEI), gerando contribuições significativas para o desenvolvimento social e econômico do município.

O Microempreendedor Individual dá oportunidade de crescimento e desenvolvimento para aqueles que estão na informalidade, oferecendo meios para se manterem no mercado e com isso alavancarem seu empreendimento, além de gerar novos empregos e oportunidades no mercado competitivo.

O presente estudo se justifica de forma relevante por ser um tema atual e de importância no âmbito empresarial, social e econômico. O empreendedorismo feminino no Brasil está em crescimento. As mulheres estão cada vez mais inseridas no mercado de trabalho e, embora não sejam maioria, têm se destacado como empresárias.

Um estudo realizado em 2012, pelo Sebrae, em parceria com o Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE) apontou que na última década, o empreendedorismo feminino aumentou 21,4%, e a cada dez empresas, pelo menos três são comandadas por mulheres. O estudo também revela que o setor que as mulheres mais empregam é o comércio, com 42% de empregos gerados, sendo a venda de roupas, acessórios e calçados, a atividade com maior concentração feminina. Os setores de Serviços e Indústria vêm em seguida (SEBRAE, 2012).

Outro fator determinante para a escolha do tema, é que muitas mulheres estão montando seus próprios negócios e se formalizando como Microempreendedoras Individuais (MEI). O projeto MEI apresenta benefícios sociais para aqueles diretamente envolvidos, e benefícios econômicos para os municípios, de forma geral.

Essa mudança, ao provocar a refutação de paradigmas, propicia o avanço e ampliação da percepção do homem sobre si mesmo e sobre o mundo em que vive. No entanto, mudar valores, costumes, tradições, percepções e visão de mundo não são tarefas fáceis.

Diante da grande competição por mercados e das rápidas transformações tecnológicas vivenciadas principalmente nas últimas duas décadas do século anterior, surgem novas empresas dirigidas por mulheres.

No mundo do trabalho, o modelo feminino de supermulher dos anos de 1980, calcado em um modelo masculino competitivo e de forte investimento profissional, não é mais considerado atual.

A novidade com o passar dos anos, é que ao mesmo tempo em que ocorreu a desvalorização do esquema de subordinação do feminino ao masculino – ou seja, enfraqueceu-se a figura da mulher dominada e vítima –, caiu em desuso igualmente o modelo do homem macho, dominador e violento. Os velhos estereótipos, dentre os quais que à mulher cabia a função reprodutora e as atividades domésticas, perderam sua força por conta da evolução oriunda da educação e da circulação de novos modelos nos meios de comunicação.

Nesta nova realidade tem aumentado a participação feminina no mercado de trabalho, não só na condição de empregadas, mas também na condição de empregadoras, donas de seu próprio negócio. Salários baixos e necessidade de complementar sua renda têm levado estas mulheres a desenvolver seus próprios negócios.

A percentagem de mulheres, na população ativa no mundo todo, não para de crescer. Se for mantido o ritmo de diminuição das mulheres que trabalham em casa, cuja ocupação se designa “doméstica”, é muito provável que a igualdade entre os sexos nos diferentes setores de trabalho seja atingida, neste particular, ainda no corrente século.

Na indústria de base tecnológica, as pessoas não ligam para idade ou sexo dos empreendedores. Isto tem levado as mulheres a se arrisarem, muitas vezes com sucesso, em um negócio próprio.

O ramo das empresas de base tecnológica, muda tão rapidamente, as novas oportunidades demoram menos a surgir do que nos campos de trabalho mais tradicionais. As empresas nascem, crescem rapidamente e o que realmente interessa é a competência das suas empreendedoras.

As representantes do chamado sexo frágil estão estudando e trabalhando mais, e se adaptam, com mais facilidade, às grandes transformações de um mundo globalizado.

Discretamente, como convém numa revolução desta natureza, e com muita tenacidade, as mulheres no mundo ocidental vão ocupando, lenta e sistematicamente, as posições, profissões e cargos, antes reservados apenas aos homens. E assim, elas vêm gerando renda, maior produtividade e conseqüentemente maior desenvolvimento regional/local.

Segundo dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA)<sup>1</sup>, a proporção de mulheres chefes de família subiu de 27% em 2001 para 36% em 2012, isso mostra o avanço feminino no mercado de trabalho, uma tendência brasileira que veio acompanhada pelo avanço universal dos direitos das mulheres.

Ao contrário destes números, que mostram a grande participação feminina no mercado, as diferenças salariais ainda persistem em nosso mundo contemporâneo. O mesmo estudo apresenta que o nível de igualdade entre homens e mulheres é de 85,77%, esse dado mostra que apesar de serem mais capacitadas para os cargos as mulheres recebem menos devido seu gênero e, a situação piora ainda mais quando as mulheres são negras. O preconceito de gênero e cor é ainda muito persistente no mercado de trabalho.

O nível de escolaridade da mulher à frente dos negócios, também contribui para que ela esteja mais atuante e mais segura no mercado.

Em um estudo realizado pelo IBGE (2012), a proporção de homens e mulheres com dez anos ou mais em relação há anos de estudo era de 51,6% para as mulheres 48,4% para os homens. Esse estudo mostra que as mulheres apresentaram maior escolaridade nos últimos anos, segundo dados de 2012 o número de mulheres que frequentam a universidade cresceu 1,32% em relação a 2011.

Diante deste novo cenário organizacional, em que sentido a educação vem promovendo o empreendedorismo feminino?

É nesse contexto histórico que este trabalho se enquadra, buscando como objetivo geral, traçar o perfil da mulher microempreendedora de São Luís de Montes Belos por meio de estudo documental e pesquisa empírica, abarcando o período de 2010 a 2013. Como objetivos específicos destacam-se: identificar algumas mulheres que se tornaram microempreendedoras individuais na cidade de São Luís de Montes Belos, caracterizar o perfil e as atividades formalizadas, analisar a influência da educação em seus empreendimentos e a importância dos mesmos para a região.

---

<sup>1</sup> O Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) é uma fundação pública federal vinculada à Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República.

Assim, utiliza-se como embasamento os teóricos Chiavenato, Dornelas, Maximiano, Del Priore e outros, e a Lei Complementar nº. 128/2008 da Lei Geral, que institui a figura do Microempreendedor Individual.

Este trabalho está estruturado em quatro capítulos. O primeiro aborda os conceitos, mitos, realidades do empreendedorismo. Também enfatiza aspectos importantes do microempreendedorismo através da categoria do Microempreendedor Individual e a legislação pela qual é regido.

O segundo capítulo apresenta a trajetória da mulher no mercado de trabalho, suas lutas e conquistas. Apresenta o empreendedorismo feminino como atuante no cenário brasileiro e o papel da educação nos empreendimentos administrados pelas mulheres.

O terceiro capítulo apresenta o cenário da pesquisa, o município de São Luís de Montes Belos, o qual vem apresentando índices satisfatórios de desenvolvimento econômico. Logo, busca-se caracterizar o perfil e os empreendimentos de mulheres Microempreendedoras Individuais localizadas na região montebelense.

Por fim, o quarto capítulo faz uma análise dos dados obtidos na pesquisa realizada com 20 microempreendedoras individuais que atuam em distintos ramos de atividade econômica em São Luís de Montes Belos.

# 1 ABORDAGENS SOBRE O EMPREENDEDORISMO E O MICROEMPREENDEDORISMO: CONCEITOS E LEGISLAÇÃO

## 1.1 Empreendedorismo

O empreendedorismo é um tema que ganha relevância a cada dia. De acordo com as teorias de alguns estudiosos tais como Chiavenato, Dornelas e Maximiano, pode-se ressaltar que o empreendedor é aquela pessoa que consegue enxergar necessidades e desejos ( reais ou potenciais) em um determinado mercado-alvo e procura transformá-los em excelentes oportunidades de negócio. Logo, a pessoa que corre o risco de começar uma empresa é um empreendedor.

Conforme Dornelas (2008, p. 23), “empreendedorismo abrange o envolvimento de pessoas e processos que juntos buscam transformações de ideias em oportunidade de negócios, tendo como foco a inovação e a criação de valor”.

Para Chiavenato (2005, p. 3) “o empreendedor é a pessoa que inicia ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente”. O empreendedor tem uma visão ampla nas oportunidades fazendo as acontecer de forma mais rápida, vendo os riscos futuros com responsabilidade. Estão sempre buscando as inovações e as mudanças para se prepararem para a competitividade.

Cabe destacar que a palavra empreendedor vem do latim *impredere*, que significa “decidir realizar tarefa difícil e laboriosa” (Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, 2001), “colocar em execução” ( Dicionário Aurélio, 1975). Tem o mesmo significado da palavra francesa *entrepreneur*, que deu origem à inglesa *entrepreneurship*. Esta última é utilizada para designar o comportamento do empreendedor. Traduz-se pela expressão “espírito empreendedor”, a qual está de fato associada a pessoas realizadoras, que mobilizam recursos e correm riscos para iniciar organizações de negócios. Sabendo que existem empreendedores em todas as áreas da atividade humana, em seu sentido restrito, a palavra designa a pessoa que cria uma empresa – uma organização de negócios.

Segundo Vries (2001, *apud* MAXIMIANO, 2011, p. 7), “o empreendedor possui a capacidade de transformar uma ideia muito simples e mal definida em algo concreto. Trata-se de uma pessoa de grandes ideias, mas, sobretudo, ele deve atentar para o empresariamento

dessa ideia”. É necessário concretizá-la estudando os recursos relevantes para que o sonho se transforme em realidade.

Dentre as pessoas mais prósperas e bem sucedidas do mundo, muitas começaram a vida como pequenos empreendedores. Como exemplo, têm-se Henry Ford, fundador da *Ford Motor Company*, e Bill Gates, fundador da *Microsoft*, que foram além da criação de empresas. Ambos, transformaram a tecnologia, o modo de fazer negócios e a própria sociedade, contribuindo, também, para a prosperidade e sucesso de muitos outros. São pessoas muito visíveis, mas o mundo dos negócios é feito de grandes corporações e de uma grande quantidade de pequenos empreendedores. Tais empreendedores, sejam eles acionistas de grandes corporações ou proprietários de pequenos negócios, pagam impostos, salários, juros, aluguéis e suprimentos, gerando e distribuindo riqueza e aumentando o padrão de vida, que se refere à quantidade de bens e serviços que as pessoas podem comprar com o dinheiro de que dispõem, bem como a qualidade de vida, que é o bem-estar geral da sociedade. Assim, quanto mais riqueza as empresas criam, mais aumentam o padrão e a qualidade de vida.

Os estudos sobre o empreendedor e o empreendedorismo têm duas correntes principais de autores, sendo a dos economistas que associam o empreendedor à inovação e ao desenvolvimento econômico, e a dos comportamentalistas, que enfatizam as atitudes, como a criatividade, a intuição e a disposição para correr riscos.

Richard Cantillon, Jean Baptiste Say e Joseph A. Schumpeter, estão entre os economistas que estudaram os empreendedores.

Para Cantillon (1755, *apud* MAXIMIANO, 2011), “o empreendedor é aquele como alguém que assume riscos ao comprar serviços ou componentes por preço certo com a intenção de revende-los”.

Segundo Say ,

os empreendedores são capazes de alterar os recursos econômicos de uma área de baixa produtividade, transformando-a em uma área de produtividade e lucratividade elevadas. Os empreendedores criam valor ao explorar algumas formas de variação ou novidades em áreas como tecnologia, materiais e preços (SAY, 1888, *apud* MAXIMIANO, 2011, p.7).

Schumpeter (*apud* MAXIMIANO, 2011, p.10), enfatiza que os empreendedores inovam não apenas pela identificação de formas de usar as invenções, as quais precisam de ousadia e habilidade, mas também pela introdução de novos meios de produção, novos produtos e novas formas de organização. Para ele “o empreendedor representa o lado criativo

e, ao mesmo tempo, prático, essencial para o nascimento, crescimento e para a sobrevivência de um negócio. [...] o empreendedor tem orientação estratégica.”

A inovação trazida pelo empreendedorismo permite ao sistema econômico renovar-se e progredir constantemente. De acordo com Schumpeter ( 1975, p. 54), “sem inovação, não há empreendedores, sem investimentos empreendedores, não há retorno de capital e o capitalismo não se propulsiona.”

Na perspectiva comportamental, o empreendedor é a pessoa que tem capacidade de idealizar e realizar coisas novas. Tem disposição para correr riscos, perseverança, otimismo e senso de independência.

O empreendedor é uma pessoa criativa, que se marca pela capacidade de estabelecer e atingir um objetivo e que mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive usando-o para detectar oportunidade de negócios. Um empreendedor aprende continuamente sobre negócios e toma decisões moderadamente.

Conforme Dornelas (2005, p.34), “basicamente todo empreendedor necessita ser um bom administrador para tomar decisões apropriadas. Porém nem todos os administradores possuem as habilidades e os anseios necessários aos empreendedores”. Por mais que o administrador seja eficaz em seu trabalho, o empreendedor tem algo a mais, tem uma visão mais abrangente, tem algumas características diferentes não compatíveis com as de um administrador tradicional.

Diante das abordagens sobre o empreendedorismo, vale ressaltar que ele também nasce do anseio do indivíduo de gerar riqueza a partir do seu trabalho, direcionando-o para que implemente um negócio por ele desejado e idealizado, sendo que nos últimos anos tem-se observado uma migração das pessoas ocupadas no trabalho assalariado convencional para a iniciativa de geração de renda a partir da implementação do seu próprio negócio.

Contudo, observa-se várias definições para conceituar o empreendedor, mas de forma geral empreender pode ser definido como: fazer diferente, estar sempre inovando, buscar oportunidades, ser criativo, assumir riscos e ter uma visão focada nos objetivos futuros. As organizações nos dias de hoje possuem enorme necessidade de buscar e desenvolver profissionais com o perfil empreendedor, pela sua importância no mercado profissional. Os empreendedores são responsáveis por modificações, lideranças, visões inovadas, conhecimento da realidade do mercado, conhecedor de informações seguras e objetivas.

Além disso, colocam em prática as inovações desejadas. O profissional inserido no mercado de trabalho está sempre buscando informações para inovar no mercado. O objetivo

da informação é proporcionar subsídios para que as empresas possam alcançar suas metas por meio da utilização adequada dos seus recursos disponíveis, como: pessoas, materiais, equipamentos, tecnologia, dinheiro, oportunidades e a própria informação.

Segundo Dolabela (1999, p. 57) “as pequenas e médias empresas são peças de extrema importância no desenvolvimento e na aceleração da sociedade local”, pois observa que nas regiões e cidades onde estão instaladas, há um maior desenvolvimento econômico.

Sabe-se que no Brasil existe um número significativo de empresas informais, as quais tentam fugir das obrigações fiscais, o que acarreta em prejuízos econômicos para o país. Daí, a importância da aplicação da Lei Geral em prol de tirar da informalidade empresas e pequenos negócios.

Sobre a evolução do empreendedorismo no Brasil, Dornelas (2001) diz que, o empreendedorismo ganhou força somente a partir da década 1990, com a abertura da economia que propiciou a criação de entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Antes desse momento o termo empreendedor era praticamente desconhecido e a criação de pequenas empresas era limitada, em função do ambiente político e econômico nada propício do país.

Porém, não significa que não existiram empreendedores, deve-se salientar que muitos visionários atuaram em um cenário obscuro, mesmo sem conhecerem formalmente finanças, *marketing*, organização e outros conteúdos da área empresarial, a exemplo, o industrial Francesco Matarazzo<sup>2</sup>, e tantos outros que contribuíram para o desenvolvimento da economia do país.

Portanto, é possível a partir da observação do perfil empreendedor, defini-lo em suas principais características, sendo que o empreendedor é capaz de identificar oportunidades desenvolvendo uma visão do ambiente, ao mesmo tempo em que contagia outras pessoas com sua ideia. Deste modo, ele está sempre pronto para assumir riscos e aprender com erros, sendo que é um generalista, ou seja, é um profundo conhecedor do todo e não só de partes específicas, assim, dentre outras características, é capaz de obter *feedback* e utilizar essas informações para seu próprio aprimoramento.

---

<sup>2</sup> Foi um agricultor italiano que, em 1881, emigrou para o Império do Brasil (1822-1889), tornando-se, neste país, mascate e, posteriormente, empresário. Matarazzo morreu na condição de homem mais rico do país, com uma fortuna de 10 bilhões de dólares estadunidenses, sendo o criador do maior complexo industrial da América Latina do início do século XX. Fonte: LIMA, Jorge da Cunha. Matarazzo: 100 anos. São Paulo: CL-A Comunicações, 1982.

Por outro lado, o empreendedor é aquele indivíduo que inicia algo novo, que vê o que ninguém vê, enfim, aquele que realiza antes, aquele que sai da área do sonho, do desejo, e parte para a ação. Assim é um empreendedor ideal, uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões, e acima de tudo, é um realizador que produz novas ideias através da congruência entre criatividade e imaginação.

Algumas visões a respeito da figura do empreendedor e de suas atividades acabam por distorcer ou estereotipar características do comportamento empreendedor. Brito e Wever (2003, p.23) afirmam que existem alguns mitos que fazem do empreendedor um ser fantástico e de suas empresas uma obra inatingível ao simples mortais.

Para Filion (1999, p.12) “é comumente dito que a confusão reina no campo do empreendedorismo porque não há consenso a respeito do empreendedor e das fronteiras do paradigma”. Nota-se que o empreendedor também pode enfrentar problemas e riscos, e até, não atingir o resultado esperado. Assim, a figura do empreendedor é cercada por estereótipos, que muitas vezes não correspondem à realidade e conflitam com as pesquisas, conforme o quadro 1:

<b>Mitos</b>	<b>Realidades</b>
Empreendedores não são feitos, nascem.	A capacidade criativa de identificar e aproveitar uma oportunidade vem depois de 10 anos de experiência, tempo que conduz a um reconhecimento de padrões. O empreendedor se faz por meio de acumulação de habilidades, know-how, experiência e contatos em um período de alguns anos. É possível alguém aprender a ser empreendedor.
Qualquer um pode começar um negócio.	Os empreendedores que reconhecem a diferença entre ideia e oportunidade e pensam grande o suficiente têm maiores chances de sucesso. A parte mais fácil é começar. Difícil é sobreviver. Talvez somente uma, entre 10 e 20 novas empresas que sobrevivem por cinco anos ou mais, consiga ter ganhos de capital.
Empreendedores são jogadores.	Empreendedores de sucesso assumem riscos calculados, minimizam riscos, tentam influenciar a sorte.
Empreendedores são seus próprios chefes e completamente independentes.	Estão longe de ser independentes e servem a muitos senhores (sócios, investidores, clientes, fornecedores, empregados, credores, família).

<b>Mitos</b>	<b>Realidades</b>
Empreendedores trabalham mais tempo e mais duro do que gerente em grandes empresas.	As pesquisas às vezes que sim, às vezes que não.
Empreendedores experimentam grande estresse e pagam alto preço.	É verdade, embora não mais que em outras profissões. Contudo, eles acham seu trabalho mais gratificante. São mais ricos e não querem se aposentar. (A proporção é de 3 pra 1, em relação aos empregados.)
Começar um negócio é arriscado e frequentemente acaba em falência.	Os empreendedores talentosos e experientes (que sabem identificar e agarrar oportunidades e atrair recursos financeiros e outros) frequentemente alcançam o sucesso. Além disso, a empresa pode entrar em falência, e o empreendedor, não. A falência é, muitas vezes, o fogo que tempera o aço da experiência de aprendizado do empreendedor.
O dinheiro é o mais importante ingrediente para se começar um negócio.	Com um bom Plano de Negócios e capacidade de buscar recursos, fica mais fácil conseguir dinheiro. Se existir talento, o dinheiro virá. Nem sempre o empreendedor que tem dinheiro vai ter sucesso. O dinheiro é um dos ingredientes menos importantes. O dinheiro é para o empreendedor o que o pincel e a tinta são para o pintor: ferramentas inertes que, nas mãos certas, podem criar maravilhas. Mesmo depois de ter feito alguns milhões de dólares, o verdadeiro empreendedor irá trabalhar incessantemente em uma nova visão para construir outra empresa.
Empreendedores devem ser jovens com muita energia.	Idade não é barreira. A idade média dos empreendedores de sucesso é de 35 anos, mas há empreendedores de 60 anos. O que é importante: know-how, experiência e relações.
Empreendedores são motivados pela busca do todo-poderoso dólar.	Empreendedores de sucesso buscam construir empresas nas quais possam realizar ganhos de capital a longo prazo. Não procuram satisfação imediata de grandes salários e “enfeites”. Buscam realização pessoal, controle do próprio destino e realização de seus sonhos. O dinheiro é visto como uma ferramenta.
Empreendedores buscam poder e controle sobre terceiros.	O poder é antes um subproduto do que uma força motivadora. O empreendedor busca responsabilidade, realização e resultados.
Se o empreendedor é talentoso, o sucesso vai acontecer em um ou dois anos.	Raramente um negócio tem solidez em menos de três ou quatro anos. Máxima entre os capitalistas de risco: “O limão amadurece em dois anos e meio, mas as pérolas levam sete ou oito.”
Qualquer empreendedor com uma boa ideia pode levantar capital.	Nos Estados Unidos, somente de um a três, em cada 100, conseguem capital.
Se um empreendedor tem capital inicial suficiente, não pode perder a chance.	O oposto é frequentemente verdade, isto é, muito dinheiro no princípio pode criar euforia e a “síndrome da criança mimada”.
Empreendedorismo é coisa de rico.	Pessoas e comunidades pobres podem e devem empreender, pois tem sido demonstrado que o empreendedorismo pode gerar renda de forma

	sustentável. Temos o exemplo em vários países do mundo, e também no Brasil, de atividades apoiadas por empréstimos de microcrédito que permitem aos indivíduos sair do nível de miséria que viviam. Por esta razão, devemos necessariamente, no Brasil, trabalhar em duas frentes: estimular tanto o empreendedorismo de base tecnológica, que gera alto valor agregado, quanto o empreendedorismo em comunidades carentes, que, se não produz aumentos substanciais no PIB, é capaz de gerar dignidade.
--	--

Quadro 1– Mitos e Realidades sobre a figura do Empreendedor

Fonte: adaptado de Timmons (1994, *apud* DOLABELA, 2006, p.74-75).

Verificar o que são mitos e o que é realidade na atividade empreendedora, contribui para elaboração de conceitos importantes para o fomento desta cultura. Porém, tanto os mitos que glorificam a realidade, quanto aqueles que a tornam mais dura e complexa do que é, podem dificultar a trajetória de quem quer ter seu próprio negócio.

Independentemente dos diferentes perfis de empreendedores abordados, e dos mitos ou realidades que os cercam, para os empreendimentos expandirem, deve-se levar em conta também a legislação e a tributação, às quais precisam estar enquadrados, seja da esfera municipal, estadual ou federal. Infelizmente o sistema de impostos do Brasil ainda enfraquece o espírito empreendedor, levando muitos a trabalharem na informalidade ou a desistirem dos seus próprios negócios.

Em contrapartida, algumas leis como a Lei Geral, que será discutida na seção a seguir deste capítulo, está sendo vigorada em prol de incentivar o empreendedorismo no Brasil, visando assegurar justas vantagens aos empreendimentos, inserindo-os num contexto mais amplo de sustentabilidade do desenvolvimento econômico nacional, a partir do fomento ao empreendedorismo e com tributos plausíveis.

## 1.2 A Lei Geral

A Lei Geral (n.123/2006) foi um grande marco à efetivação do empreendedorismo através do artigo 179 da Constituição Federal de 1988, que preceitua que

a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios dispensarão às microempresas e às empresas de pequeno porte, assim definidas em lei, tratamento jurídico diferenciado, visando a incentivá-las pela simplificação de suas obrigações

administrativas, tributárias, previdenciárias e creditícias, ou pela eliminação ou redução destas por meio de lei ( BRASIL, 1988. art. 179).

A Lei Geral é considerada assim, o novo Estatuto Nacional das Micro e Pequenas Empresas ( MPEs), estabelecendo normas relativas ao tratamento favorecido e diferenciado, no âmbito dos poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, intituladas a partir dos termos 146, 170 e 179 da Constituição.

Define-se, segundo o Art.3º, do Cap. II da Lei Complementar ( LC) n.123/2006 da Lei Geral, como Microempresa aquela que tem faturamento bruto de R\$ 60 mil reais até R\$ 360 mil reais ao ano, e Pequena Empresa ou Empresa de pequeno porte, aquela que tem faturamento bruto entre R\$360 mil reais à R\$ 3, 6 milhões de reais ao ano.

No entanto, não basta apenas a empresa ser classificada como Microempresa e Empresa de pequeno porte, para ter o direito ao tratamento diferenciado e favorecido, a mesma deve ter a sede de sua administração no País e a constituição da empresa ter sido regida pelas leis brasileiras, para usufruírem dos privilégios outorgados pela Constituição Federal.

A Lei Geral propõe combater os efeitos paralisantes da burocracia e oferecer condições favoráveis à formalização de empreendimentos, sem a qual boa parte da economia permaneceria invisível, refratária a políticas públicas, impedindo milhões de empreendedores de exercer plenamente sua cidadania.

A legislação teve ainda uma função modernizadora ao potencializar, entre outros, os paradigmas de:

- Estabelecimento da confiança prévia no empreendedor;
- Resgate do papel orientador da fiscalização;
- Aprofundamento da capacidade contributiva em um sistema tributário mais justo;
- Uso da política pública de compras do Estado para impulsionar a pequena economia que estava alijada de participar das licitações;
- A promoção do desenvolvimento local (METZKER, 2009, p.79).

Contudo, a aprovação do marco legal foi apenas um ponto de partida. Para que os dispositivos se efetivem, é preciso um esforço para regulamentação da legislação no município e, posteriormente, para a implantação de uma estratégia de implementação. Caso contrário, o avanço que a Lei Geral traz fica tolhido.

Nassif (2007) indica alguns passos para a efetivação de uma estratégia de âmbito nacional, como a atuação do Sebrae no esforço de implementação da LG. Primeiramente, ele

afirma que a questão-chave é definir um objetivo estratégico. O objetivo principal é a concepção de um modelo de desenvolvimento que tenha como base os dispositivos da Lei Complementar 123/2006.

Segundo Nassif (2007), para se atingir o objetivo proposto, é preciso definir uma lista restrita de prioridades. Neste sentido, a Unidade de Desenvolvimento Territorial (UDT) do Sebrae, elaborou o sistema de monitoramento da implementação da Lei Geral, no qual inicialmente elege quatro, entre os vários dispositivos da LG, para serem trabalhados prioritariamente: empreendedor individual; desburocratização; uso do poder de compra; e agente de desenvolvimento local.

Com a concepção do sistema, estrutura-se uma abordagem junto aos entes da administração pública municipal. Dessa forma, é possível atingir outro passo apontado por Nassif: a transformação dos princípios em agenda, por meio de abordagens segmentadas, que é exatamente o que o Sebrae faz ao criar medidas que aumentem o envolvimento do entes públicos com os mecanismos da Lei Geral. O sistema de monitoramento da implementação da LG permite mensurar localmente os impactos da estratégia nacional, no caso o desenvolvimento calcado no Estatuto da Micro e Pequena Empresa. “Cada região tem que traduzir para ela a estratégia que o país adotou para si” (NASSIF, 2007, p.102).

Por fim, o último passo apontado pelo pesquisador é o monitoramento constante, que possibilita a correção da trajetória. Neste ponto, o levantamento dos dados referentes ao nível de implementação possibilita, por um lado, que se adotem ações específicas para localidades que tiverem mais dificuldade e, por outro, que se conheçam experiências exitosas e divulguem-se casos de sucesso.

Por meio do sistema de monitoramento da LG é possível estabelecer um diagnóstico do ambiente de negócio para a micro e pequena empresa no município. Estes dados poderão ser comparados com os de cidades vizinhas. O trabalho comum no lugar precisa e cria informação sobre a produção e sobre o mercado, descobrem-se, acima dos conflitos, interesses comuns que podem conduzir a uma consciência política, na base de uma densidade comunicacional dinâmica e transformadora.

Para tanto, porém, é preciso elaborar estratégias para que esta legislação tão modernizadora seja aplicada, uma vez que, quando se trata de apoiar o empreendedorismo, as localidades, conforme tabela 1, que regulamentam e praticam a Lei Geral, tendem a colher os resultados deste trabalho com dinamismo da economia local, geração de emprego e renda.

ESTADO	Número de municípios no estado	Número de municípios com Lei Geral	Percentual de municípios com Lei Geral	Ranking
DF	1	1	100%	1
MT	141	141	100%	1
AL	102	102	100%	1
ES	78	78	100%	1
RJ	92	92	100%	1
AC	22	22	100%	1
RR	15	15	100%	1
AP	16	16	100%	1
SC	295	293	99%	2
RN	167	155	93%	3
PR	399	353	88%	4
RO	52	45	87%	5
RS	497	430	87%	6
TO	139	114	82%	7
AM	62	50	81%	8
PI	224	178	79%	9
CE	184	145	79%	10
MS	79	62	78%	11
GO	246	184	75%	12
BA	417	311	75%	13
PE	185	117	63%	14
MG	853	514	60%	15
MA	217	130	60%	16
SE	75	40	53%	17
PA	144	74	51%	18
SP	645	327	51%	19
PB	223	109	49%	20
TOTAL	5.570	4.098	74%	

Tabela 1-Ranking da Lei Geral  
Fonte: SEBRAE, 2014.

Conforme a tabela 1 acima, 74% dos municípios brasileiros já implantaram a Lei Geral. Faltam apenas 26% para implantá-la. Isso mostra que os governantes municipais estão se conscientizando em relação ao tratamento diferenciado para a sustentação dos pequenos negócios.

A LG traz inovações que permitem aproveitar melhor o potencial estratégico dos pequenos negócios em favor dos municípios. Isso se dá por meio de mecanismos que melhoram o ambiente para as diversas atividades econômicas, como diminuição da burocracia e dos impostos, acesso às compras governamentais e criação do agente de desenvolvimento,

profissional contratado pelas prefeituras para articular políticas públicas em favor das micro e pequenas empresas.

## O microempreendedorismo

Visando a incentivar a regulamentação das “empresas” que trabalham na informalidade, a Lei Complementar n. 123/2006 criou o Simples Nacional, que teve como objetivo unificar a arrecadação dos tributos e contribuições nas esferas dos governos federal, estadual e municipal para as Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP). Porém, com a complexidade e as mudanças constantes da legislação e a dificuldade no cálculo dos tributos, muitos trabalhadores ainda se mantiveram na informalidade no país, não atingindo a expectativa de formalizações que a Lei supracitada almejava. Diante disso, a expectativa do SEBRAE é que, em 2014, o número de MEIs chegue a 4,3 milhões.

O microempreendedorismo, mais propriamente o Microempreendedor Individual (MEI), conforme figura 1, foi introduzido no Brasil pela Lei Complementar 128/08 e inserido na Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (LC 123/06) em prol de possibilitar a formalização de empreendedores por conta própria.

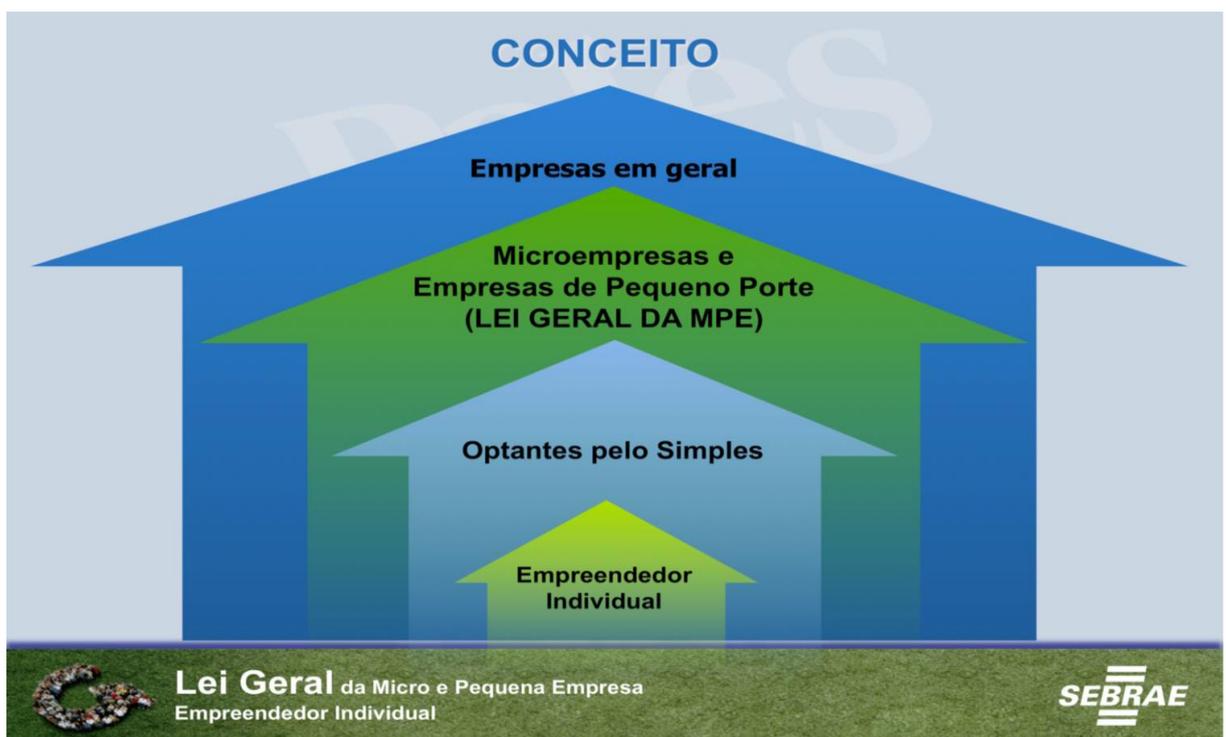


Figura 1-Enquadramento do MEI na Lei Geral  
Fonte: Sebrae, 2012.

A formalização do MEI teve início em julho de 2009. Desde então, tem havido um movimento intenso de novos empreendedores registrados.

De julho de 2009 a abril de 2012, foram registrados no Brasil, 2.056.015 Microempreendedores Individuais. De janeiro a abril de 2012, esse número foi de mais de 350 mil (SEBRAE, 2013).

O desafio de tirar milhões de empreendedores da informalidade foi, para o Brasil, um dos maiores que se tem conhecimento. Por muitas décadas, a informalidade prosperou no país, especialmente em épocas de crise.

A legislação que possibilita a cidadania empresarial para os antigos informais abriu possibilidades que vão muito além da inclusão produtiva, social e previdenciária, o que, por si só, configura políticas públicas de grande significado.

Criar riqueza, gerar renda e trabalho formal são os principais benefícios da Lei Complementar 128/2008, a lei que regulamentou o microempreendedor individual.

No primeiro degrau de uma escalada de sucesso, com esta lei, os empreendedores individuais passaram a contar com uma legislação adequada e com apoio objetivo para o seu fortalecimento.

O Sebrae aliou-se ao Ministério do Desenvolvimento, ao Ministério da Previdência Social e ao Ministério da Fazenda, com o objetivo de fazer a Lei 128 se tornar uma realidade na vida de milhões de brasileiros.

Ter Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), previdência social e poder emitir nota fiscal são realizações muito significativas para quem por muitas décadas viveu à margem da economia formal.

Reduzir a burocracia e implantar uma carga tributária compatível com a realidade dos empreendedores individuais são fundamentos muito importantes para quem quer trilhar o caminho da legalidade nos negócios, ainda que muito pequenos.

O empreendedorismo é o capital que estes cidadãos dispõem e eles o colocam a serviço do desenvolvimento.

O Microempreendedor individual é a pessoa que trabalha por conta própria e que se formaliza como MEI, que fatura, no máximo, até R\$ 60 mil por ano e tem até um empregado contratado que receba salário mínimo ou o piso da categoria.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), reconhecendo a importância dos microempreendedores individuais e de sua capacidade de gerar riquezas e de contribuir para a elevação da qualidade de vida das populações mais pobres, desenvolveu o Sebrae para Empreendedor Individual (SEI).

O SEI é um programa educacional desenvolvido para fortalecer a atividade empresarial entre os empreendedores individuais com potencial para crescer, desde os seus primeiros passos ( SEBRAE, 2013).

Tal programa contempla oficinas gerenciais em vários formatos: cursos presenciais de curta duração, cursos pela internet, pelo celular por meio de mensagens SMS e audiolivros.

O conteúdo das Oficinas SEI é mostrado no Quadro 2.

<b>SEI Vender</b>	Trabalha os conceitos de mercado e elementos do marketing de forma integrada, de maneira a potencializar a capacidade de negociação e ampliar as vendas.
<b>SEI Controlar meu dinheiro</b>	Mostra a importância do controle de caixa, fluxos diário e futuro, bem como das contas a pagar e a receber para uso mais racional do dinheiro, investimentos adequados e maior capacidade de negociação.
<b>SEI Comprar</b>	Aborda elementos essenciais da compra e estratégias para adquirir os produtos ou serviços necessários, com a qualidade adequada, preços e prazos de pagamento favoráveis para atender bem aos clientes e aumentar os lucros.
<b>SEI Empreender</b>	Estimula o desenvolvimento das características empreendedoras com os objetivos de aumentar sua competitividade e a permanência no mercado.
<b>SEI Unir Forças</b>	Os participantes terão a oportunidade de conhecer as vantagens e ganhos de empreender ações coletivas, formando uma rede de negócios para aumentar a competitividade no mercado, além de superar problemas, desafios e necessidades comuns.
<b>SEI Planejar</b>	Contribui para que o empreendedor individual possa adotar um processo de trabalho mais organizado para melhorar o desempenho de sua empresa e aumentar sua competitividade de modo sustentável.

Quadro 2- Conteúdo tratado nas Oficinas SEI

Fonte: Jornal Sebrae, 2013.

Mais do que participar dos cursos SEI Vender, SEI Comprar; SEI Controlar Meu Dinheiro; SEI Planejar; SEI Unir Forças para Melhorar e SEI Empreender, os microempreendedores individuais podem adotar controles que são oferecidos nos cursos para melhorar o gerenciamento do seu negócio e criar novas perspectivas de crescimento.

### **1.3.1 Exigências para se tornar um Microempreendedor Individual**

Para ser considerado um Empresário, de acordo com Código Civil (BRASIL,2002), o indivíduo deve exercer atividades econômicas através da produção ou circulação de bens ou de serviços.

De acordo com a LC n. 128/2008, art. 18-A, poderá se tornar um Microempreendedor o trabalhador que cumprir as seguintes exigências para legalização:

- Ter uma receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais);
- Seja optante pelo Simples Nacional;
- Exercer atividades dos anexos I, II e III do Simples Nacional, assim como as atividades autorizadas pelo CGSN;
- Possuir estabelecimento único, sem filiais;
- Não participar de outra empresa como sócio, titular ou administrador;
- Ter apenas um empregado que receba no máximo um salário mínimo federal ou piso salarial da categoria profissional;
- Estar em condições de optar pelo Simples Nacional. (BRASIL, 2008)

Essas são as exigências dispostas na Lei para que o trabalhador informal possa se enquadrar nas condições exigidas e se tornar um Empreendedor Individual. No caso de início de atividade, a LC nº. 128/2008 prevê no § 2º do art. 18-A um limite de receita de até R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) multiplicados pelo número de meses compreendidos entre o início da atividade e o final do respectivo ano-calendário, consideradas as frações de meses como um mês inteiro.

Deve-se observar que o conceito de Receita Bruta, para fins de aplicação desta legislação, de acordo com o § 1º do art. 3º da LC n. 123/2006,

[...] é o produto da venda de bens ou serviço nas operações de conta própria, o preço dos serviços prestados e o resultado nas operações em conta alheia, não incluídas as vendas canceladas e os descontos incondicionais concedidos (BRASIL, 2006).

A opção pelo Sistema de Recolhimento em Valores Fixos Mensais dos Tributos abrangidos pelo Simples Nacional – Microempreendedor Individual (SIMPEI) é irrevogável para todo o ano-calendário.

### **1.3.2 Carga Tributária do MEI**

A legalização ou formalização como MEI pode ser realizada através dos escritórios de contabilidade optantes pelo Simples Nacional, por meio de entidades de classe credenciadas, por órgãos e entidades dos entes federais como SEBRAE ou até mesmo pelo próprio Microempreendedor. O registro é realizado por meio do portal do empreendedor na internet ([www.portaldoempreendedor.gov.br](http://www.portaldoempreendedor.gov.br)).

O custo da formalização é o pagamento mensal de 5% do salário mínimo (R\$ 34,90), R\$ 5,00 de Imposto sobre Serviços (ISS) e R\$ 1,00 de Imposto sobre Circulação de Mercadoria e Serviços (ICMS). Assim, o MEI paga o valor fixo mensal de R\$ 34,90 (comércio ou indústria), R\$ 38,90 (prestação de serviços) ou R\$ 39,90 (comércio e serviços). Cabe ressaltar que estes valores sofrem alteração conforme o salário mínimo do ano vigente.

O MEI é enquadrado no Simples Nacional<sup>3</sup> e fica isento dos tributos federais (Imposto de Renda, PIS, COFINS, IPI e CSLL).

Pagando as contribuições necessárias (INSS, ISS ou ICMS) conforme o ramo de atividade em que atua, o Microempreendedor Individual tem acesso a benefícios como auxílio maternidade, auxílio doença e aposentadoria e pode registrar até um empregado com custos mais baixos.

É importante salientar que a contribuição do MEI por meio do Documento de Arrecadação do Simples Nacional Microempreendedor Individual (DASMEI), de acordo com o inciso V, § 3º do art. 18-A da LC n. 128/2008 é um valor fixo mensal correspondente à soma dos valores devidos a título de contribuição para seguridade social, ICMS e ISS, sendo que, mesmo o Empreendedor Individual não auferindo receita em suas atividades em um determinado mês, o valor do imposto deverá ser recolhido.

---

<sup>3</sup>Inserido na Lei Geral, trata-se de um sistema simplificado de recolhimento de tributos e contribuições federais devidos pelas Micro e Pequenas Empresas. BRASIL, 2008.

Contudo, de acordo com o inciso VI, § 3 do art. 18-A da LC nº. 128/2008, o MEI fica obrigado a efetuar o recolhimento, além dos impostos já mencionados, caso ocorra a incidência dos impostos listados nos § 1º ao § 3º do art. 13 desta Lei Complementar:

Art. 13. O Simples Nacional implica o recolhimento mensal, mediante documento único de arrecadação, dos seguintes impostos e contribuições:

§ 1º O recolhimento na forma deste artigo não exclui a incidência dos seguintes impostos ou contribuições, devidos na qualidade de contribuinte ou responsável, em relação aos quais será observada a legislação aplicável às demais pessoas jurídicas:

I - Imposto sobre Operações de Crédito, Câmbio e Seguro, ou Relativas a Títulos ou Valores Mobiliários - IOF;

II - Imposto sobre a Importação de Produtos Estrangeiros - II;

III - Imposto sobre a Exportação, para o Exterior, de Produtos Nacionais ou Nacionalizados - IE;

IV - Imposto sobre a Propriedade Territorial Rural - ITR;

V - Imposto de Renda, relativo aos rendimentos ou ganhos líquidos auferidos em aplicações de renda fixa ou variável;

VI - Imposto de Renda relativo aos ganhos de capital auferidos na alienação de bens do ativo permanente;

VII - Contribuição Provisória sobre Movimentação ou Transmissão de Valores e de Créditos e Direitos de Natureza Financeira - CPMF;

VIII - Contribuição para o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS;

IX - Contribuição para manutenção da Seguridade Social, relativa ao trabalhador;

X - Contribuição para a Seguridade Social, relativa à pessoa do empresário, na qualidade de contribuinte individual;

XI - Imposto de Renda relativo aos pagamentos ou créditos efetuados pela pessoa jurídica a pessoas físicas;

XII - Contribuição para o PIS/Pasep, Cofins e IPI incidentes na importação de bens e serviços;

XIII - ICMS devido:

a) nas operações ou prestações sujeitas ao regime de substituição tributária;

b) por terceiro, a que o contribuinte se ache obrigado, por força da legislação estadual ou distrital vigente;

c) na entrada, no território do Estado ou do Distrito Federal, de petróleo, inclusive lubrificantes e combustíveis líquidos e gasosos dele derivados, bem como energia elétrica, quando não destinados à comercialização ou industrialização;

d) por ocasião do desembaraço aduaneiro;

e) na aquisição ou manutenção em estoque de mercadoria desacoberta de documento fiscal;

f) na operação ou prestação desacoberta de documento fiscal;

g) nas operações com bens ou mercadorias sujeitas ao regime de antecipação do recolhimento do imposto, nas aquisições em outros Estados e Distrito Federal:

1. com encerramento da tributação, observado o disposto no inciso IV do § 4º do art. 18 desta Lei Complementar;

2. sem encerramento da tributação, hipótese em que será cobrada a diferença entre a alíquota interna e a interestadual, sendo vedada a agregação de qualquer valor;

h) nas aquisições em outros Estados e no Distrito Federal de bens ou mercadorias, não sujeitas ao regime de antecipação do recolhimento do imposto, relativo à diferença entre a alíquota interna e a interestadual;

XIV - ISS devido:

a) em relação aos serviços sujeitos à substituição tributária ou retenção na fonte;

b) na importação de serviços;

XV - demais tributos de competência da União, dos Estados, do Distrito Federal ou dos Municípios, não relacionados nos incisos anteriores.

§ 2º Observada a legislação aplicável, a incidência do imposto de renda na fonte, na hipótese do inciso V do § 1º deste artigo, será definitiva.

§ 3º As microempresas e empresas de pequeno porte optantes pelo Simples

Nacional ficam dispensadas do pagamento das demais contribuições instituídas pela União, inclusive as contribuições para as entidades privadas de serviço social e de formação profissional vinculadas ao sistema sindical, de que trata o art. 240 da Constituição Federal, e demais entidades de serviço social autônomo.

(BRASIL, 2008)

Os Microempreendedores Individuais devem ficar atentos às operações que podem incorrer nos tributos citados, pois, estes estão fora da guia mensal do SIMEI, ocorrendo em um aumento do valor desembolsado com tributos.

Nos casos em que o Microempreendedor Individual tenha um funcionário registrado, respeitando as condições de se ter apenas um funcionário e que receba no máximo um salário mínimo federal ou piso salarial da categoria profissional, exigidas para seu enquadramento no MEI, o optante do SIMEI recolherá os valores fixos citados, acrescidos dos seguintes recolhimentos, de acordo com art. 18-C da LC n. 128/2008:

Art. 18-C. Observado o disposto no art. 18-A, e seus parágrafos, desta Lei Complementar, poderá se enquadrar como MEI o empresário individual que possua um único empregado que receba exclusivamente 1 (um) salário mínimo ou o piso salarial da categoria profissional.

Parágrafo único. Na hipótese referida no caput deste artigo, o MEI:

I – deverá reter e recolher a contribuição previdenciária relativa ao segurado a seu serviço na forma da lei, observados prazo e condições estabelecidos pela Secretaria da Receita Federal do Brasil;

II – fica obrigado a prestar informações relativas ao segurado a seu serviço, na forma estabelecida pelo Comitê Gestor;

III – está sujeito ao recolhimento da contribuição de que trata o inciso VI do caput do art. 13 desta Lei Complementar, calculada à alíquota de 3% (três por cento) sobre o salário de contribuição previsto no caput (BRASIL, 2008).

Conforme o parágrafo único, inciso I, do artigo citado acima, é necessário a retenção de 8% (oito por cento) de contribuição previdenciária, descontadas do salário do empregado. Além disso, é devida a Contribuição Previdenciária Patronal (CPP) de 3% (três por cento) sobre o salário do empregado e Fundo de Garantia por Tempo de Serviços (FGTS) de 8% (oito por cento) incidente também sobre o salário do empregado. O empregado terá seu direito às férias e ao 13º salário garantidos pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). Portanto, o MEI terá um custo de 11% (onze por cento) a título de encargos trabalhistas (INSS e FGTS) sobre a remuneração, férias e 13º salário, devidos ao empregado.

O MEI fica dispensado do recolhimento de alguns impostos que incidem sobre as pessoas jurídicas de direito privado, conforme o inciso VI, do 3º, art. 18-A da LC nº. 128/2008, tais como: Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ), Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL), Programa de Integração Social (PIS), Contribuição Social para Financiamento da Seguridade Social (COFINS) e Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI).

Visando à simplificação e à desburocratização para o Empreendedor Individual, de acordo com a Federação Nacional das Empresas de Serviços Contábeis e das Empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas (FENACON) e SEBRAE não se aplicam ao MEI as seguintes regras tributárias:

- Valores fixos de ICMS e de ISS dos Estados e Municípios;
- Redução do ICMS e do ISS;
- Dedução na base de cálculo do ICMS e do ISS: imunidade, substituição tributária, etc.;
- Isenções específicas para as ME e EPP do ICMS ou do ISS;
- Retenções de ISS sobre seus serviços prestados;
- Atribuições da qualidade de substituto tributário;
- Transferência e apropriação de créditos;
- Opção tributária pelo regime de caixa.  
( FENACON, SEBRAE.2009)

Todas as dispensas acima estão previstas na LC n. 128/2008, com o intuito de simplificar as obrigações tributárias, tornando a opção pelo MEI mais atraente.

O Microempreendedor Individual não tem custo com sua legalização. Fica vedado à União, Estados, Distrito Federal e Municípios, assim como às demais entidades e órgãos, a cobrança de valores a qualquer título, na inscrição, em quaisquer registros, no início de atividade, taxas, custos relativos à abertura, emissão de alvará, licenças, arquivamento na Junta Comercial.

De acordo com o § 22-B do art. 18 da LC n. 128/2008, o MEI contará ainda com o atendimento gratuito por escritórios de serviços contábeis optantes pelo Simples Nacional ou por suas entidades representativas em relação à inscrição, opção pelo regime e a primeira declaração anual simplificada do Microempreendedor Individual.

É exigida do MEI a entrega anual da Declaração Anual de Ajuste, que deverá ser apresentada até o último dia útil de janeiro de cada ano para a Receita Federal do Brasil (RFB). Nesta deve ser informada de maneira simplificada a receita bruta total relativa ao ano calendário anterior, receita bruta total auferida referente às atividades sujeitas ao ICMS e

quando ocorrer a contratação de um funcionário, deve ser prestada informações referente ao empregado.

A primeira declaração devida pelo MEI deverá ser entregue de forma gratuita pelos escritórios de contabilidade tributados pelo Simples Nacional ou pelo próprio Microempendedor Individual.

De acordo com o art. 3º da Resolução do Comitê Gestor do Simples Nacional

(CGSN) n. 58/2009, o desenquadramento do MEI através da comunicação ocorrerá quando:

Art. 3º O desenquadramento do SIMEI será realizado de ofício ou mediante comunicação do MEI. [...]

I - por opção, no mês de janeiro, até seu último dia útil, em aplicativo disponibilizado no Portal do Simples Nacional, produzindo efeitos a partir de 1º de janeiro do ano-calendário da comunicação;

II – obrigatoriamente, quando deixar de atender a qualquer das condições previstas nos incisos III a VI do § 1º do art. 1º ou quando se transformar em sociedade empresária, devendo a comunicação ser efetuada até o último dia útil do mês subsequente àquele em que ocorrida a situação de vedação, produzindo efeitos a partir do mês subsequente ao da ocorrência da situação impeditiva;

III – obrigatoriamente, quando exceder, no ano-calendário, o limite de receita bruta previsto no inciso I do § 1º do art. 1º, devendo a comunicação ser efetuada até o último dia útil do mês subsequente àquele em que ocorrido o excesso, produzindo efeitos:

a) a partir de 1º de janeiro do ano-calendário subsequente ao da ocorrência do excesso, na hipótese de não ter ultrapassado o referido limite em mais de 20% (vinte por cento);

b) retroativamente a 1º de janeiro do ano-calendário da ocorrência do excesso, na hipótese de ter ultrapassado o referido limite em mais de 20% (vinte por cento);

IV – obrigatoriamente, quando exceder o limite de receita bruta previsto no § 2º do art. 1º, devendo a comunicação ser efetuada até o último dia útil do mês subsequente àquele em que ocorrido o excesso, produzindo efeitos:

a) a partir de 1º de janeiro do ano-calendário subsequente ao da ocorrência do excesso, na hipótese de não ter ultrapassado o referido limite em mais de 20% (vinte por cento);

b) retroativamente ao início de atividade, na hipótese de ter ultrapassado o referido limite em mais de 20% (vinte por cento);

V – obrigatoriamente, quando incorrer em alguma das situações previstas para a exclusão do Simples Nacional, ficando o desenquadramento sujeito às regras da Resolução CGSN nº. 15, de 23 de julho de 2007 (BRASIL, 2009).

Nota-se, portanto, que a legislação é bem criteriosa àqueles Microempendedores Individuais que excedem o faturamento bruto anual permitido, passando a enquadrar em outra categoria empresarial.

### 1.3.3 Benefícios concedidos ao MEI

A LC n. 128/2008 proporciona benefícios para que os trabalhadores informais busquem por meio desta legislação legalizar seus negócios.

Com a formalização através do MEI, o Empreendedor Individual passa a contar com alguns benefícios previdenciários citados abaixo, de acordo com a Federação Nacional das Empresas de Serviços Contábeis e das Empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas (FENACON) :

- Aposentadoria por invalidez, aposentadoria por idade, aposentadoria especial e aposentadoria por tempo de contribuição;
- Auxílio-doença e auxílio-acidente;
- Salário-família e salário-maternidade;
- Os dependentes do MEI terão direito a pensão morte e auxílio reclusão.  
( FENACON, SEBRAE, 2009)

Para isto, além de atender os requisitos específicos de cada modalidade de benefício, os Microempreendedores Individuais terão que ter um mínimo de contribuição anterior para terem acesso a cada um dos benefícios.

No quadro 3, são apresentadas as carências necessárias para a utilização de cada benefício.

<b>Benefício previdenciário</b>	<b>Carência</b>
Salário Maternidade	Carência de 10 contribuições mensais
Auxílio-doença	Carência de 12 contribuições mensais
Aposentadoria por invalidez	Carência de 12 contribuições mensais
Aposentadoria por idade	Carência de 180 contribuições mensais
Aposentadoria Especial	Carência de 180 contribuições mensais
Auxílio-acidente	Sem carência
Pensão por morte	Sem carência
Auxílio-reclusão	Sem carência

Quadro 3- Benefícios e carências concedidas ao MEI

Fonte: SEBRAE,2009.

Conforme o § 1º, art. 26 da LC nº. 123/2006, o MEI está desobrigado da emissão de nota fiscal para consumidor final, pessoas físicas, mas estará obrigado à emissão quando

vender para destinatários com inscrição no CNPJ. Caso a venda ocorra para pessoa jurídica contribuinte do ICMS, o comprador pode emitir uma nota fiscal de entrada, desobrigando assim, o empreendedor da emissão da nota fiscal.

Com a possibilidade de o MEI emitir suas notas fiscais, por possuir inscrição no CNPJ, facilita ao empreendedor comprovar a origem de sua renda. Por meio da comprovação de renda o Empreendedor Individual tem a possibilidade de adquirir bens, alugar imóveis e até mesmo fazer empréstimos bancários.

Percebe-se que o trabalhador informal vê na formalização de seu negócio a possibilidade de trabalhar dentro das leis do seu país e conforme ocorre seu crescimento pessoal e profissional, o Microempreendedor Individual acaba buscando o seu crescimento e de seu negócio cada vez mais, tendo novos conhecimentos, ou aperfeiçoando os que já detém.

## 2 BREVE TRAJETÓRIA DO TRABALHO FEMININO

### 2.1 A mulher do campo: de colona à boia-fria

A mulher serviu para a colonização como complemento e preenchimento demográfico do novo território. As relações de gênero serviram para a construção de estereótipos que estiveram presentes no cotidiano colonial e que mais tarde estariam presentes na historiografia determinando uma maneira de ser da mulher brasileira. Faz-se necessário entender a trajetória da mulher no trabalho fora do lar e as suas lutas incessantes, para entender as conquistas adquiridas, em um espaço que antes era considerado dos homens.

Nessa perspectiva, Macedo (2011, p. 23) ressalta:

Compartilho das ideias daqueles que pensam a história como uma construção dos homens. Busquei por isso, conhecer as interpretações dos sujeitos que vivem e constroem os fatos, percebendo o campo da história como o de toda a experiência humana e, principalmente, a dos sujeitos comuns, inclusive a dos marginalizados, a dos excluídos, a das minorias (MACEDO, 2011, p.23.)

A diferenciação étnica da mulher determinava sua respectiva função social no Brasil colonial. Enquanto a nativa e, mais tarde, a negra contribuía com o corpo e o trabalho, a mulher branca, enaltecida pelo alvoro da pele, trazia da metrópole o modo de viver e a maternidade.

Segundo Del Priore (1997, p. 554),

A figura da mulher relacionada ao mundo do trabalho aparece nas áreas rurais paulistas no momento em que a mão-de-obra escrava é substituída pela mão-de-obra livre na agricultura de exportação. Esse sistema de trabalho, que passou a ser conhecido como colonato, foi adotado pelos fazendeiros de café nas últimas décadas do século XIX para solucionar o problema da mão-de-obra com os braços do imigrante europeu. Por volta de 1880, e principalmente após 1884-1886, quando se inicia a imigração subsidiada, chegaram a São Paulo e dirigiram-se para a lavoura cafeeira milhares de trabalhadores estrangeiros, sobretudo italianos. Os fazendeiros contratavam unidades familiares que, em sua maioria agricultores, eram atraídas pela propaganda e pelos subsídios de viagem oferecidos pelo governo brasileiro.

Emigravam como uma forma de resistência ao processo de proletarização em seus países de origem, à perda de terras; fugiam da crise de desemprego e eram motivados pela possibilidade de manterem um tipo de trabalho de bases familiares. Assim, o trabalho das mulheres estava incluído no contrato feito com sua família.

O sucesso do sistema de colonato dependia da capacidade das mulheres de aproveitarem ao máximo as vantagens desse regime de trabalho, que lhes permitia conjugar o trabalho da casa com o da roça e do cafezal.

Apesar de desempenharem tarefas dentro da casa, na roça de subsistência e no cafezal, as mulheres não existiam enquanto trabalhadoras individualizadas, porque seus trabalhos eram englobados no trabalho familiar controlado diariamente pelo pai-marido. O homem era o chefe da família, quem fazia o contrato de trabalho com o proprietário das terras. O trabalho de sua mulher e seus filhos eram tomados como um pressuposto, ainda que não pudesse ser delimitado com precisão.

As mulheres e os jovens de 12 a 16 anos eram considerados *meia enxada*, como se produzissem a metade do que um homem adulto era capaz de produzir, embora pudessem produzir tanto quanto os homens. O trabalhador adulto do sexo masculino, acima dos 17 anos de idade, com plena capacidade física e dedicado integralmente ao trabalho no cafezal e na roça, era considerado *enxada* (DEL PRIORE, 1997, p. 555).

O trabalho da mulher dependia do ciclo vital da família. O nascimento dos filhos impedia a mulher de executar tarefas no cafezal; com o crescimento destes, ela ficava liberada para o trabalho na roça, e à medida que os filhos iam assumindo o trabalho produtivo na lavoura, a mãe retornava aos trabalhos domésticos.

As mulheres que trabalhavam no cafezal aproveitavam as noites e as madrugadas para o serviço doméstico. Assim, a jornada feminina acabava sendo maior que a do homem. Muitas delas, quando grávidas, trabalhavam até quase a hora de dar à luz, e não eram raros os casos em que as crianças nasciam sob os cafezais.

No colonato, a distribuição do tempo de trabalho da mulher era feita de forma distinta daquela que, hoje, ocorre no assalariamento. Assim, o trabalho “dentro de casa” - limpeza, preparo dos alimentos, cuidado dos filhos, indústria doméstica - complementava aquele “fora de casa” - na roça de subsistência ou nos cafezais.

Para Silva (*apud* Del Priore, 1997, p. 558),

O trabalho no interior da casa ocupava a mulher o ano todo; o trabalho na roça ocorria, principalmente, nos meses de outubro a maio. No período de maio a agosto, ela trabalhava na colheita de café e, a partir do mês de setembro, eventualmente, podia trabalhar na carpa do café. Para os fazendeiros, as mulheres colonas eram interessantes no sentido de que, como mães, poderiam gerar, criar e cuidar de futuros trabalhadores, além de participarem, sempre que possível, do trabalho na roça de subsistência e no cafezal.

Para as mulheres solteiras nacionais, os serviços domésticos na casa do proprietário era praticamente a única possibilidade de trabalho na fazenda cafeeira.

Na virada dos anos 1850 para os anos 1860, houve um processo de modernização da agricultura, caracterizado pela concentração da propriedade da terra, expulsão maciça dos trabalhadores residentes, mudanças nas relações de trabalho e implantação de novos produtos agrícolas. Iniciava, conseqüentemente, o êxodo dos trabalhadores residentes nas fazendas para as cidades. Logo, surgia no mercado de trabalho no campo, o volante, o trabalhador temporário residente nas cidades-dormitórios, também denominado boia-fria.

Ir para as cidades significou para o trabalhador a perda da roça de subsistência e da indústria doméstica e, paralelamente, o aumento dos gastos com a própria sobrevivência, tais como: água, luz, gás, impostos, aluguel, transporte, etc.

O homem, ao perder as funções anteriores relativas à gestão do trabalho, deixa de ser o pai-marido-patrão e torna-se o “provedor defeituoso” da família, na medida em que a mulher e os filhos são obrigados também a se assalariar para garantir as condições mínimas da sobrevivência (DEL PRIORE. 1997, p. 563).

Através da venda livre de sua força de trabalho no mercado, as mulheres foram reabsorvidas e submetidas a um intenso processo de exploração e dominação, predominante no leito dos canaviais, laranjais e cafezais.

As mulheres passaram a se empregar no corte da cana, na colheita de café, laranja, algodão, amendoim. Então, a mulher foi deixando o espaço da casa para trabalhar fora, a trabalhar “para os outros”, nas fazendas ou nas usinas, em troca de salário.

Entretanto, a independência econômica feminina não representou o término das desigualdades entre homens e mulheres. Tornava-se visível a discriminação contra as mulheres: salários menores, maior frequência do não registro em carteira, além de assédios sexuais por parte dos feitores, empreiteiros e outros agentes do controle do trabalho.

## 2.2 O trabalho feminino nas fábricas

Nas primeiras décadas do século XX, no Brasil, grande parte dos trabalhadores fabris era constituída por mulheres e crianças. As mulheres, trabalhadoras nas fábricas, nesse período viviam situações de humilhação e ainda eram sujeitas às investidas sexuais de contramestres e patrões. Aquelas que não se submetiam às exigências arbitrárias, eram desacreditadas e maltratadas até o extremo de optar entre a degradação e a morte.

Embora surgissem greves e mobilizações políticas contra a exploração do trabalho nos estabelecimentos fabris, entre 1890 e 1930, as operárias foram, na grande maioria das vezes, caracterizadas como “mocinhas infelizes e frágeis”. Eram vistas como desprotegidas e emocionalmente vulneráveis aos olhos da sociedade, e por isso podiam ser presas da ambição masculina.

Frágeis e infelizes para os jornalistas, perigosas e “indesejáveis” para os patrões, passivas e inconscientes para os militantes políticos, perdidas e “degeneradas” para os médicos e juristas, as trabalhadoras eram percebidas de vários modos.

Até recentemente, falar das trabalhadoras urbanas no Brasil significava retratar um mundo de opressão e exploração demasiada, em que elas apareciam como figuras vitimadas e sem nenhuma possibilidade de resistência. Sem rosto, sem corpo, a operária foi transformada numa figura passiva, sem expressão política nem contorno pessoal.

Uma quantidade enorme de moças jovens e brancas trabalhando nas fábricas, especialmente em São Paulo, eram de nacionalidade estrangeira. Italianas, espanholas, portuguesas, alemãs, romenas, polonesas, húngaras, lituanas, sírias, judias, a grande maioria das operárias das primeiras fábricas instaladas no país fazia parte da imigração europeia (DEL PRIORE, 1997, p.580)

Cabe ressaltar que, desde meados do século XIX, o governo brasileiro procurou atrair milhares de imigrantes europeus para trabalhar tanto na lavoura, nas fazendas de café, quanto nas fábricas que surgiam nas cidades, substituindo a mão-de-obra escrava, especialmente depois da promulgação da Lei do Ventre Livre e da Abolição dos Escravos. Os trabalhadores imigrantes foram o principal contingente das fábricas que cresciam no Rio de Janeiro e em São Paulo.

A industrialização brasileira teve início no Nordeste do país, entre as décadas de quarente e sessenta do século XIX, - especialmente com indústria de tecidos de algodão na Bahia - e deslocou-se progressivamente para a região Sudeste.

Embora se possa dizer que há um bom número de estudos sobre a história da imigração e da industrialização no Brasil, ainda muito pouco foi feito no sentido de se focalizar a presença feminina neste processo. Sabe-se que era significativo o número de mulheres e crianças imigrantes e que esta força de trabalho, abundante e barata, era maioria nas primeiras fábricas. De acordo com o censo do IBGE, em 1890, existiam no Brasil 119.581 mulheres estrangeiras contra 231.731 homens.

De um modo geral, um grande número de mulheres trabalhavam nas indústrias de fiação e tecelagem, que possuíam escassa mecanização; elas estavam ausentes de setores como metalurgia, calçados e mobiliário, ocupados pelos homens.

As mulheres eram maioria no ramo têxtil. Além disso, muitas eram costureiras e completavam o orçamento doméstico trabalhando em casa, às vezes até 18 horas por dia, para alguma fábrica de chapéu e alfaiataria.

Para os industriais, era um negócio bastante lucrativo, porque deixavam de pagar determinados impostos e ainda exploravam discretamente uma força de trabalho cuja capacidade de resistência era considerada baixa. Para as mulheres, ainda era mais complicado, já que muitas eram obrigadas a se prostituir para completar o orçamento.

Embora tenha sido elevado o número de trabalhadoras presentes nos primeiros estabelecimentos fabris brasileiros, elas foram sendo progressivamente expulsas das fábricas, na medida em que avançavam a industrialização e a incorporação da força de trabalho masculina.

As barreiras enfrentadas pelas mulheres para participar do mundo dos negócios eram sempre muito grandes, independentemente da classe social a que pertencessem. Da variação salarial à intimidação física, da desqualificação intelectual ao assédio sexual, elas tiveram sempre de lutar contra inúmeros obstáculos para ingressar em um campo definido \_ pelos homens - como “naturalmente masculino”.

Os obstáculos não se limitavam ao processo de produção; começavam pela própria hostilidade com que o trabalho feminino fora do lar era tratado no interior da família.

Os pais desejavam que as filhas encontrassem um “bom partido” para casar e assegurar o futuro, e isso batia de frente com as aspirações de trabalhar fora e obter êxito em suas profissões. Não socializar informações importantes era uma boa

estratégia, e os homens se valiam dela procurando preservar seu espaço na esfera pública e desqualificar o trabalho feminino (RAGO, *apud* DEL PRIORE, 1997, p. 582).

Diante disso, as mulheres foram progressivamente expulsas e substituídas pela mão-de-obra masculina no início do século XX. Assim, conforme Del Priore (1997, p. 582), enquanto em 1872 as mulheres constituíam 76% da força de trabalho nas fábricas, em 1950, passaram a representar apenas 23%. As mulheres negras, por sua vez, após a Abolição dos escravos, continuariam trabalhando nos setores mais desqualificados, recebendo baixíssimos salários e péssimo tratamento, destituídas também de qualquer direito de cidadania.

A rotina de trabalho nas fábricas era muito pesada, variando de 10 a 14 horas diárias, e estava sob a supervisão dos contramestres e outros patrões (DEL PRIORE, 1997, p. 583). Em geral, na divisão do trabalho, as mulheres ficavam com as tarefas menos especializadas e mal remuneradas; os cargos de direção e de concepção, como os de mestre, contramestre e assistente, cabiam aos homens. Sem uma legislação trabalhista que pudesse proteger o trabalho feminino, as reclamações das operárias contra as péssimas condições de trabalho, contra a falta de higiene nas fábricas, contra o controle disciplinar e contra o assédio sexual encontravam espaço na imprensa operária.

O que chama atenção para a realidade da mulher trabalhadora naquela época era a associação frequente entre a mulher no trabalho e a questão da moralidade social. No discurso de diversos setores sociais, destacava-se que a honra feminina era ameaçada pelo mundo do trabalho.

O trabalho da mulher fora de casa, para muitos na época, destruiria a família, tornaria os laços familiares mais frouxos e debilitaria a raça, pois as crianças cresceriam mais soltas, sem a constante vigilância das mães. As mulheres deixariam de ser mães dedicadas e esposas carinhosas, se trabalhassem fora do lar; além do que um bom número delas deixaria de se interessar pelo casamento e pela maternidade.

As elites intelectuais e políticas do começo do século XX, influenciadas pelo filósofo francês Rousseau, pelo pensamento médico vitoriano e por concepções religiosas, procuraram redefinir o lugar das mulheres na sociedade, justamente no momento em que a crescente urbanização das cidades e a industrialização abriam para elas novas perspectivas de trabalho e de atuação.

Logo, formava-se a moderna esfera pública, espaço em que as novas formas de interação social, bem como as relações entre mulheres e homens, passavam a se pautar por

modelos europeus, especialmente franceses e ingleses. Foi surgindo um novo universo social e cultural.

As mulheres das classes média e alta abandonaram as roupas sóbrias e sisudas e passaram a se vestir de acordo com os ditames da moda francesa. As costureiras francesas começaram a ser procuradas por mulheres de famílias ricas e por cortesãs de luxo. Um grande número de mulheres que trabalhavam em atividades distintas foram ganhando destaque na sociedade. Os pais já deixavam suas filhas serem professoras, trabalhar nas secretarias.

As trabalhadoras pobres - operárias, costureiras, floristas, garçonetes - começavam a ser observadas nas ruas da cidade ao lado das mais ricas por memorialistas, viajantes literatos, jornalistas e médicos.

A sociedade modernizava-se em todos os sentidos. No interior das fábricas, os anarquistas e socialistas vociferavam contra os maus-tratos dos patrões e as formas de exploração do trabalho. Nesse contexto, com a crescente incorporação das mulheres ao mercado de trabalho e à esfera pública em geral, o trabalho feminino fora do lar passou a ser amplamente discutido, ao lado de temas relacionados à sexualidade: adultério, virgindade, casamento e prostituição.

Diante do crescimento urbano vertiginoso de muitas cidades brasileiras, com um grande contingente de trabalhadores concentrados nos bairros operários, o mundo público acabou sendo considerado um espaço ameaçador para a moralidade das mulheres e crianças.

Além do mais, o trabalho feminino fora do lar continuava sendo relacionado à desagregação da família, e assim, foram surgindo observações quanto ao papel desempenhado pela mulher na sociedade.

As que pertenciam à elite e às camadas médias estavam certamente no centro das preocupações, sobretudo as jovens que iniciavam suas carreiras como médicas, advogadas, biólogas, pianistas, mas também as trabalhadoras, mães dos futuros construtores da pátria, eram alvos do moralismo dominante.

As trabalhadoras pobres eram consideradas profundamente ignorantes, irresponsáveis e incapazes, tidas como mais irracionais que as mulheres das camadas médias e altas, as quais, por sua vez, eram consideradas menos racionais que os homens.

No imaginário das elites, o trabalho braçal, antes realizado em sua maior parte pelos escravos, era associado à incapacidade pessoal para desenvolver qualquer habilidade intelectual ou artística e à degeneração moral. Desde a famosa “costureirinha”, a operária, a lavadeira, a doceira, a empregada doméstica, até a florista e a artista, as várias profissões

femininas eram estigmatizadas e associadas a imagens de perdição moral, de degradação e de prostituição.

As feministas, que iniciaram a divulgação de seus ideais nas revistas que circulavam entre 1897 e 1900, mais tarde entre 1914 e 1936, defendiam um discurso contrário, apontando para os benefícios do trabalho feminino fora do lar: uma mulher profissionalmente ativa e politicamente participante, comprometida com os problemas da pátria, que debatia questões nacionais, certamente teria melhores condições de desenvolver seu lado materno.

Precisamos compreender antes de tudo e afirmar aos outros [...] que é a bem da família, principalmente dela, que necessitamos de desenvolvimento intelectual e de apoio seguro de uma educação bem feita [...] Uma mãe bem instruída, disciplinada [...] funda no espírito de seu filho o sentimento da ordem [...] Uma mulher ignorante, ou fútil, não pode ser uma mãe perfeita (CAPPELLIN *apud* DEL PRIORE, 1997, p. 590).

As dificuldades que as mulheres de mais alta condição social enfrentavam para ingressarem no mundo do trabalho, controlado pelos homens, era o discurso liberalizante considerado pelas feministas.

Contudo, o discurso das feministas liberais afetava muito pouco o conceito que elas próprias tinham das operárias e demais trabalhadoras pobres. Diziam-se responsáveis pelo futuro das trabalhadoras pobres, mas pouco falavam a respeito do modo como pretendiam encaminhar isso na prática.

Foram muitas lutas e reivindicações para que as mulheres conseguissem um espaço no mundo do trabalho. Muitas mulheres, trabalhadoras e, especialmente as feministas, lutaram pela construção de uma esfera pública democrática, pela igualdade, pela valia de seus direitos.

A luta pela libertação feminina estava relacionada à emancipação de toda a humanidade. A condição feminina, o trabalho fora do lar, o casamento, a família e a educação deveriam se repensados e praticados de uma maneira renovada. As relações entre homens e mulheres deveriam ser radicalmente transformadas. As mulheres só teriam novas oportunidades de trabalho e de participação na vida social, se desfrutassem de condições de igualdade com os homens.

A mulher emancipada desfrutaria dos mesmos espaços políticos, sociais e culturais que o homem. Ela deveria ter seus direitos não apenas reconhecidos, mas ampliados.

A partir da década de 1950, aumentou a participação feminina no setor de consumo coletivo, em escritórios, no comércio ou em serviços públicos, surgindo mais oportunidades

de emprego em profissões como: enfermeiras, professoras, funcionárias burocráticas, médicas, assistente social, vendedoras, etc. Tal demanda passou a exigir uma maior escolaridade feminina e provocou mudanças no *status* social das mulheres.

No entanto, muitos preconceitos cercavam, nitidamente, o trabalho feminino nessa época. No imaginário social, ainda prevalecia a ideia de incompatibilidade entre casamento e vida profissional para mães e donas de casa.

Em geral, esperava-se que as mulheres se dedicassem exclusivamente ao lar e fossem sustentadas pelos maridos, privilégios estes que, se perdidos com o mundo do trabalho, implicariam na perda da feminilidade.

Era comum que as mulheres que trabalhavam fora interrompessem suas atividades com o matrimônio ou com a chegada do primeiro filho. Isso, muitas vezes, gerava um conflito entre as visões tradicionais sobre os papéis femininos e a nova realidade do mercado de trabalho, a obtenção de uma independência e a possibilidade de satisfazer as necessidades de consumo pessoal e familiar.

Também, graças ao desenvolvimento econômico da década de 1950, houve um aumento significativo do nível de escolaridade feminina, pelo menos em relação ao acesso das mulheres à educação formal, e às áreas antes reservadas aos homens. Diminuíram-se as distâncias.

A modernização da sociedade brasileira atingiu de maneira diferente os diversos grupos sociais e produziu várias formas e níveis de conflito. As reivindicações das mulheres trabalhadoras atingiram tanto áreas ligadas às atividades produtivas, estendendo-se até a vida familiar.

Segundo Del Priore (1997, p. 644), “O direito à cidadania política – o direito ao voto – é alcançado pelas mulheres brasileiras em 1932, antes de vários países da Europa, como França e Itália [...]”. Porém as aspirações que buscavam proporcionar oportunidades iguais para ambos os sexos, principalmente as relacionadas ao mundo do trabalho, passaram por um longo período de silêncio.

Diante das mobilizações de vários setores sociais em prol da redemocratização do país, surgiu a necessidade de se repensar a divisão sexual do trabalho a partir da confluência entre as propostas da renovação cultural sindical e os movimentos populares, bem como da união entre grupos de mulheres trabalhadoras, grupos feministas, algumas organizações sindicais, partidos e setores das instituições da administração do Estado.

Portanto, comprova-se que dentre as diversas desigualdades existentes na história da sociedade brasileira, uma das mais evidentes refere-se às relações de gênero, menos relacionada à questão econômica e mais ao ponto de vista cultural e social, constituindo, a partir daí, as representações sociais sobre a participação da mulher dentro de espaços variados, seja na família, na escola, igreja, nos movimentos sociais, enfim, na vida em sociedade.

### **2.3 A mulher empreendedora do século XXI**

Nas últimas décadas do século XX, um dos fatos mais marcantes na sociedade brasileira foi a inserção, cada vez mais crescente, da mulher no campo do trabalho, fato este explicado pela combinação de fatores econômicos, culturais e sociais. Em razão do avanço e crescimento da industrialização no Brasil, ocorreram a transformação da estrutura produtiva, o contínuo processo de urbanização e a redução das taxas de fecundidade nas famílias, proporcionando a inclusão das mulheres no mercado de trabalho.

Conforme Tranjan (2002, p. 20), “as mulheres vem para o mundo dos negócios sem os paradigmas dos homens, e portanto, com melhores chances de criar novos empreendimentos, novos produtos e serviços, novos métodos de trabalhos, novas abordagens comerciais”.

Assim, o desenvolvimento tecnológico estreitou a comunicação e acelerou o processo de competição empresarial e, com efeito, a sobrevivência das empresas passou a depender da modernização, incluindo mudança nos conceitos e paradigmas outrora vigentes.

Essa mudança ao provocar a refutação de paradigmas propiciou o avanço e ampliação da percepção do homem sobre si mesmo e sobre o mundo em que vive. Em especial, a participação de mulheres à frente de seu próprio negócio tem crescido de forma significativa e, com isso, elas têm passado a atuar como protagonistas desse recente cenário organizacional.

Diante da grande competição por mercados e das rápidas transformações tecnológicas vivenciadas principalmente nas últimas duas décadas do século anterior, surgem novas empresas dirigidas por mulheres.

No mundo do trabalho, o modelo feminino de supermulher dos anos 1980, calcado em um modelo masculino competitivo e de forte investimento profissional, não é mais considerado atual. Por outro lado, quando tentam conciliar seu papel familiar e profissional,

são inúmeras as dificuldades e os sacrifícios que as mulheres enfrentam. Elas são obrigadas a utilizar todo tipo de malabarismo para administrar a esfera pública e a vida privada, e, muitas vezes, acabam sacrificando seu tempo livre, que poderia estar sendo vivido na esfera doméstica.

A partir desta nova realidade, aumentou a participação feminina no mercado de trabalho, não só na condição de empregadas, mas também na condição de empregadoras, donas de seu próprio negócio. Salários baixos e necessidade de complementar sua renda têm levado essas mulheres a desenvolver seus próprios negócios.

Portanto, o século XXI pode ser marcado pela revolução feminina. Na visão de Jonathan (2008, p. 53), “as representantes do chamado sexo frágil estão estudando e trabalhando mais e melhor do que os homens e se adaptam, com mais facilidade, às grandes transformações de um mundo globalizado”.

Uma análise no Cadastro Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) realizada em 2011, demonstra um maior crescimento da participação das mulheres principalmente nas atividades de administração pública (210.612 empregos), restaurantes (54.398), atividades de atendimento hospitalar (51.410), limpeza em prédios e em domicílios (50.214) e comércio varejista especializado em eletrodomésticos e equipamentos de áudio e vídeo (44.767). Até no setor de transporte rodoviário de carga, atividade tradicionalmente masculina, houve crescimento no saldo de emprego de mulheres (11.768 postos) (BRASIL, 2011).

Outro setor onde a participação da mulher evoluiu no período foi a construção civil, principalmente em atividades como Construção de estações e redes de telecomunicações, onde a participação feminina passou de 12,96% em 2010 para 13,68% em 2011; Perfuração e construção de poços de água que passou de 11,75% para 12,31%; e ainda na Montagem e instalação de sistema e equipamentos de iluminação e sinalização em vias públicas, postos e aeroportos atividade onde a participação feminina passou de 14,14% em 2010 para 14,36% em 2011 (BRASIL, 2011).

Em 2012 os dados informados pelas empresas demonstram que o salário médio real de admissão das mulheres alcançou R\$ 917,87, contra 1.067,66 dos homens. Em 2011 esses valores eram R\$ 874,63 e R\$ 1.019,34. Enquanto no feminino o crescimento foi de 4,94%, o salário dos homens cresceu 4,74%, ou seja, a relação dos salários entre homens e mulheres passou para 85,97% (BRASIL, 2011).

No comportamento por grau de instrução, o maior aumento da participação da mulher foi verificado nas vagas de nível superior, que cresceu 1,32%. No mesmo período esse

percentual masculino foi negativo em 0,13%. Para as vagas de nível superior incompleto, a relação foi de 1,94% positivo para as mulheres contra 0,14 negativo para os homens (BRASIL, 2011).

As informações, segundo o recorte por gênero, revelam que, em 2011, os rendimentos médios dos homens e das mulheres registraram aumentos reais muito semelhantes (3,00% e 3,03%, respectivamente), dando sequência à tendência de crescimento, resultante da passagem de R\$ 1.990,68, em 2010, para R\$ 2.050,35, em 2011, no caso dos homens, e de R\$ 1.647,89 para R\$ 1.697,75, no que se refere às mulheres (BRASIL, 2011).

Os percentuais de ganhos reais similares entre os gêneros têm como resultado praticamente a manutenção da participação do rendimento das mulheres versus homens, que oscilou de 82,78% em 2010, para 82,80% em 2011.

As informações por gênero evidenciam que as mulheres apresentaram uma taxa de crescimento de 7,64%, ante um aumento de 4,95% para os homens.

As mulheres estão ocupando, lenta e sistematicamente, as posições, profissões e cargos, antes reservado apenas aos homens, bem como cargos no meio político. Além disso, um grande número de mulheres tem montado o seu próprio negócio ou empreendimento. Elas representam mais de 40% da força de trabalho no país (SEBRAE, 2013)

O empreendedorismo tem sido uma alternativa de muita importância para a inserção da mulher no mercado de trabalho. De acordo com Jonathan (2008, p.54), “as mulheres empreendedoras caracterizam-se por serem destemidas, autoconfiantes, apaixonadas e identificadas com seus empreendimentos”.

Segundo dados do SEBRAE (2010), as mulheres empreendedoras, quando indagadas dos motivos que as levaram a abrir um negócio próprio, apontaram como motivos: identificação de uma oportunidade de negócios, experiência anterior ou por ainda estarem desempregadas, terem sido demitidas ou insatisfeitas na empresa em que trabalhavam.

Machado *et al* (2003, p. 123), diz que

as mulheres abrem empresas [...] por desejo de realização e independência, percepção de oportunidade de mercado, dificuldades de ascender profissionalmente em outras empresas, necessidade de sobrevivência e como maneira de conciliar trabalho e família.

Assim, podem ser classificadas como empreendedoras por acaso, empreendedoras forçadas ou ainda empreendedoras criadoras, de acordo com o motivo pelo qual adentraram no empreendedorismo.

Segundo um diagnóstico elaborado em 2012, pelo SEBRAE, que faz parte do Anuário das Mulheres Empreendedoras e Trabalhadoras em Micro e Pequenas Empresas, as mulheres ainda não são a maioria entre os empresários brasileiros, mas o número de empreendedoras cresceu 21,4% no período de dez anos. De cada dez empresas em atividade no Brasil, três são comandadas pela força feminina. O estudo analisou o perfil de gênero nos pequenos negócios – aqueles que faturam até R\$ 3,6 milhões por ano – entre os anos de 2001 e 2011 (SEBRAE, 2012).

A região Norte foi a que teve o maior crescimento de mulheres empreendedoras no país. Em dez anos, o número de mulheres que montou um negócio cresceu quase 80%. A região Centro-Oeste apareceu em segundo lugar, com 43% (SEBRAE, 2012).

Esse resultado comprovou uma tendência que vem surgindo nos últimos anos, na qual o avanço feminino no mercado de trabalho é percebido em frentes variadas, inclusive no empreendedorismo.

O setor em que as mulheres mais empregam é o Comércio, com 42% de empregos gerados, sendo a venda de roupas, acessórios e calçados, a atividade com maior concentração feminina. Os setores de Serviços e Indústria vêm em seguida.

O estudo também revelou que as mulheres que estão montando o seu próprio negócio são bastante jovens: 41,3% têm entre 18 e 39 anos e 52% têm entre 40 e 64 anos. Além disso, cerca de 40% delas são chefes de família, sendo que a maioria (70%) tem ao menos um filho (SEBRAE, 2012).

Como empresárias, elas conseguem conciliar melhor o trabalho com os cuidados da casa e dos filhos. Quase metade destas mulheres são as únicas responsáveis pela educação de seus descendentes e isso não as impede de empreender com dedicação.

## **2.4 Mulheres empreendedoras de sucesso no Brasil**

O Brasil vive um momento que, talvez, seja considerado o marco de um movimento de mulheres e mães empreendedoras no futuro. Cerca de 45% dos pequenos negócios são administrados por mulheres e elas querem mais. (SEBRAE, 2012)

O empreendedorismo virou um assunto muito frequente, discute-se muito o quanto o empreendedorismo pode mudar o mundo e como mulheres empreendedoras podem ser os canais desta grande mudança.

De fato, as mulheres estão empreendendo mais, seja para escapar do ambiente árido do mundo corporativo, buscar flexibilidade ou ter uma causa para defender.

Atualmente, existe um grande incentivo do governo federal à autonomia e inserção da mulher no mercado de trabalho. Por meio do Plano Nacional de Políticas para Mulheres (PNPM), foram desenvolvidas várias linhas de ação em prol de ampliar o acesso das mulheres ao mercado de trabalho, promover a autonomia econômica e financeira das mulheres por meio da assistência técnica, do acesso ao crédito e do apoio ao empreendedorismo, associativismo, cooperativismo e comércio (BRASIL, 2013).

O PNPM aborda também planos de ação no que tange à igualdade no mundo do trabalho e autonomia econômica; educação para igualdade e cidadania; saúde integral das mulheres, direitos sexuais e direitos reprodutivos; enfrentamento de todas as formas de violência contra as mulheres; fortalecimento e participação das mulheres nos espaços de poder e decisão; desenvolvimento sustentável com igualdade econômica e social; direito à terra com igualdade para as mulheres do campo e da floresta ;cultura, esporte, comunicação e mídia; enfrentamento do racismo, sexismo e lesbofobia ;Igualdade para as mulheres jovens, idosas e mulheres com deficiência (BRASIL, 2013).

Entretanto, embora haja políticas públicas, alguns desafios estão postos para as mulheres empreendedoras:

- Encontrar de fato uma oportunidade de negócio é um grande desafio. É preciso escolher um empreendimento que seja atrativo, e que vislumbre sucesso nos negócios garantindo a sobrevivência da empresa.
- Outro desafio é superar a vontade enorme de dominar tudo que acontece em volta do empreendimento. Quando for necessário fazer gestão do negócio, é importante saber delegar funções a pessoas que são capazes de executá-las.

- Ter foco no que é importante e não somente no que é urgente é outro desafio. Pode-se dizer que o dia a dia no mundo dos negócios consome muito esforço e a quantidade de tarefas é tamanha, que muitas vezes não se consegue dar conta de tudo. Assim, é importante focar no que significa de fato o negócio escolhido.
- E o último grande desafio que está intimamente ligado à questão do tempo, é a participação em eventos de networking. É notável que a mulher brasileira é uma das que menos faz networking, segundo a pesquisa GEM, e o networking é essencial para qualquer pessoa e mais ainda para empreendedores que dependem de apoio para desenvolver seus negócios (BARRETO, 2013. p. 8).

Um forte motivo que tem impulsionado também o empreendedorismo feminino é a maternidade. As mulheres querem ter mais tempo com seus filhos e empreender exige um trabalho árduo, mas que permite uma flexibilidade maior de horário.

Uma importante característica do empreendedorismo feminino é a de que a taxa de sobrevivência de nova empresa comandada por uma mulher é maior. Isso porque elas se planejam melhor e procuram compreender mais o mercado em que atuam.

Dados de uma pesquisa do Sebrae, realizada em 2013, comprovam esse cenário. O levantamento mostrou que o número de mulheres que querem ter o seu próprio negócio vem aumentando. Das cerca de 6 milhões de micro e pequenas empresas existentes no Brasil, entre 30 e 35% são lideradas por mulheres. Entre os novos negócios, a participação delas chega a 49,6%. (SEBRAE, 2014)

Além disso, são negócios menores e tendem a estar no setor de serviços, como apontam levantamentos do Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP). As mulheres preferem atividades ligadas ao comércio varejista e ao setor de alimentação.

De acordo com a pesquisa EY G20 *Entrepreneurship Barometer* 2013, o país tem 10,4 milhões de mulheres empreendedoras, o que representa 14% da população com idade economicamente ativa (de 18 a 64 anos). Este número supera o de países como Argentina (12%), México (10%), África do Sul (8,5%) e Austrália (6,5%). Além disso, a agência *International Finance Corporation* (IFC), do Banco Mundial para projetos privados, anunciou que destinará R\$ 1 bilhão (US\$ milhões) à expansão do acesso ao financiamento para pequenos e médios negócios administrados por mulheres no Brasil.

Considerando a grande relevância do empreendedorismo no país e o quanto as mulheres estão desempenhando um papel significativo à frente dos negócios, cabe destacar nomes de algumas mulheres empreendedoras de sucesso apontadas por Fontes (2013) através da Revista Exame:

Maria das Graças Foster - Presidente da Petrobrás, considerada a 18ª mulher mais poderosa do mundo, segundo a própria Forbes. Graça Foster preside a Petrobrás desde fevereiro do ano passado. É formada em engenharia química pela Universidade Federal Fluminense (UFF), tem mestrado em Engenharia Química e pós-graduação em Engenharia Nuclear pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (COPPE/UF RJ), além de um MBA em Economia pela Fundação Getúlio Vargas (FGV/RJ).

Chieko Aoki - Presidente do Blue Tree Towers Hotels. Formada em Direito pela Universidade de São Paulo, Chieko Aoki lançou a bandeira Blue Tree Hotels em 1997. Antes disso, foi presidente da Caesar Park Hotels & Resorts e da Westin Hotels & Resorts. Chieko afirmou que "a vantagem competitiva de ser homem está acabando" e que eles deveriam começar a refletir sobre o que está faltando neles.

Luiza Helena Trajano - Formada em direito e administração de empresas, Luiza é sobrinha dos fundadores da rede de lojas Magazine Luiza e começou a trabalhar aos 12 anos. Está na presidência da empresa desde 2008. Em 2011, foi convidada por Dilma Rousseff para comandar a Secretaria da Micro e Pequena Empresa.

Adriana Machado - Formada em Ciências Políticas pela Universidade de Brasília. Antes de assumir o cargo de diretora de relações internacionais na GE em 2009, atuou na Câmara Americana de Comércio (Amcham), na Embaixada Americana e em empresas de tecnologia. É presidente da GE desde o final de 2011.

Claudia Sender - Presidente da TAM Linhas Aéreas. Claudia assumiu a presidência da TAM em 2013. Antes disso, foi vice-presidente da unidade de negócios domésticos da empresa e vice-presidente comercial e de marketing. A engenheira química de 38 anos é formada pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (USP) e tem MBA pela Harvard Business School.

Maria de Lourdes Egydio Villela - Vice-presidente do conselho do Itaúsa, presidente do Museu de Arte Moderna de São Paulo e presidente do Itaú Cultural. Conhecida como Milú Vilela, é vice-presidente do conselho do Itaúsa desde 2008 e psicóloga por formação. No ano passado, ficou na posição 578 da lista de bilionários da Forbes. Este ano, contudo, não apareceu na lista. Mesmo assim, a Forbes afirma que ela continua "muito rica e poderosa".

Viviane Senna - Presidente do Instituto Ayrton Senna. Formada em psicologia. Anualmente, a organização sem fins lucrativos capacita 75 mil professores e atende 2 milhões de alunos de mais de 1,3 mil cidades do Brasil, segundo informações do próprio instituto (Fontes in Revista Exame, 2013).

Independentemente das áreas em que atuam, essas mulheres e tantas outras empreendedoras atuantes no Brasil, estão se consolidando cada vez no Mercado de trabalho, através de talent e ousadia.

Um ponto a ser evidenciado, é que as mulheres mencionadas têm formação superior. Isso mostra que a qualificação contribui muito para o sucesso da mulher empreendedora, assunto este que será tratado na próxima seção.

## **2.5 Importância da Educação no empreendedorismo feminino**

A geração de emprego e renda no Brasil é estimulada por um conjunto variado de fatores, mas um dos mais importantes, sem dúvida, refere-se à ampliação e à qualificação dos empreendedores. O conhecimento tem se revelado o grande diferencial para quem busca melhores oportunidades de vida.

Segundo Barreto (2013, p.6), “dessa forma, ações de educação empreendedora merecem destaque nas estratégias de desenvolvimento de qualquer país - especialmente no nosso, em que o empreendedorismo representa fenômeno de inclusão e ascensão social”.

Realidade econômica competitiva como a atual, em que os contextos regional e mundial se interligam e se influenciam mutuamente com a globalização, exige muito mais do que boas ideias para que qualquer projeto prospere.

Um bom empreendedor associa ousadia e inovação à capacitação e ao planejamento, não somente aquele que está à frente de uma empresa, mas também aquele cidadão que atua de forma inovadora em seu trabalho e em sua comunidade. Torna-se evidente que atitude inovadora faz diferença em qualquer ambiente.

Barreto (2013, p. 6) ainda diz sobre a escolaridade dos empreendedores:

Mais da metade dos empreendedores brasileiros já possui ensino médio – um nível de escolaridade mais alto do que a média da população do país. Trata-se de um bom sinal pois quanto maior a escolaridade, maior qualificação e também as chances de êxito nos negócios. Mas é preciso ter continuidade na educação, não se acomodar com o conhecimento adquirido. Ao contrário, um empreendedor que se comporta como aluno, sempre disposto a aprender, certamente amplia a longevidade de sua empresa.

No Brasil, ao longo do século XX e nos dez primeiros anos do século XXI, o acesso à escola foi sendo ampliado para os diferentes grupos populacionais antes excluídos do processo educacional formal. Com isto, as mulheres passaram a ter a oportunidade de estudar,

o que hoje em dia se reflete na maior positividade dos indicadores educacionais, nos quais as mulheres vêm superando os homens.

Nos últimos séculos, contudo, a trajetória da mulher brasileira na educação é, para dizer pouco, extraordinária: de uma educação no lar e para o lar, no período colonial, para uma participação tímida nas escolas públicas mistas do século XIX. Depois, uma presença significativa na docência do ensino primário, seguida de presença hoje majoritária em todos os níveis de escolaridade, bem como de expressiva participação na docência do ensino superior.

Embora os homens sejam maioria na população até os 20 anos de idade, as mulheres são maioria na escola a partir do quinto ano do ensino fundamental, passando pelo ensino médio, graduação e pós-graduação.

Há, hoje, cerca de meio milhão de mulheres a mais do que homens nos *campi* do Brasil. É verdade que as mulheres ainda são minoria na docência da educação superior, mas a sua participação cresce a cada ano em um ritmo 5% maior que a dos homens, o que permite inferir que, mantida a atual tendência de crescimento, elas serão maioria, também, na docência dentro de, no máximo, cinco anos ( RISTOFF, 2006).

Chama a atenção o fato de mais mulheres do que homens ingressarem na Universidade na faixa etária apropriada (18 a 24 anos). A menor presença de homens na graduação, apesar de serem maioria na sociedade na fase do vestibular, parece indicar uma opção masculina precoce pelo mercado de trabalho (RISTOFF, 2006).

Merece destaque, também, a trajetória das mulheres na graduação: quando deixam o corpo discente, elas representam sete pontos percentuais a mais do que quando ingressam no campus, indicando que a sua taxa de sucesso é maior que a dos homens e que, por isso mesmo, a maioria observada no momento do ingresso (56,4 %) se torna ainda mais sólida na formatura (63,4%) ( RISTOFF, 2006).

Os cursos mais procurados pelos homens são relativos à engenharia, tecnologia, administração e computação; pelas mulheres, são relativos a serviços e educação para a saúde e para a sociedade (secretariado, psicologia, nutrição, enfermagem, serviço social, pedagogia).

Esta tendência se mantém nos mestrados, doutorados e na própria docência da educação superior.

Se, por um lado, os números permitem inferir que, na educação, a barreira entre os sexos vem sendo rapidamente rompida, com igualdade de oportunidades para todos, as preferências naturalizadas por certas áreas precisam ser analisadas com mais profundidade para identificar as valorações sociais que explicam este fenômeno e quais são suas implicações para as relações de gênero.

A maior presença de mulheres tanto na educação básica como na superior parece enviar dupla mensagem, uma boa e outra preocupante. Cabe ressaltar que o Brasil começa a liberar as energias criativas de uma população tradicionalmente educada para a esfera privada. Assim, mais e mais, mulheres altamente qualificadas, ocuparão posições de liderança em todas as áreas do conhecimento e contribuindo para a consolidação de um país soberano, avançado e democrático.

Entretanto, a desproporção entre câmpus e sociedade escancara o fato de que há muitos homens jovens deixando os bancos escolares cedo demais, por necessidade de contribuir com o sustento da família. Dados da Pnad/IBGE informam que a renda familiar dos alunos do ensino médio é de 2,3 vezes menor do que a renda familiar dos universitários hoje. Com a conquista da universalização do acesso à educação básica, estas dificuldades só tendem a aumentar (IBGE, 2013).

As constatações mostram que, salvo melhor juízo, está correta a expansão da educação superior preconizada no Plano Nacional da Educação e no Plano de Governo. Mostram, porém, bem mais que isso: além de expandir a educação superior, há que se consolidar a democratização do acesso e da permanência no câmpus, com igual oportunidade para todos, homens e mulheres, ricos e pobres, pretos e brancos.

O maior número de mulheres na escola e no câmpus, por si só, é insuficiente para dizer sobre mudanças efetivas nas relações de gênero que são socialmente construídas entre os sexos. Sabidamente, estas relações extrapolam a identificação de sexo por estarem imbricadas

nas complexas relações de poder que marcam a nossa sociedade e que, por consequência, se expressam também nos conflitos e nas contradições da escola e do câmpus.

Cabe ressaltar que a temática do empreendedorismo e sua vinculação ao campo educacional tem ganhado relevância nos últimos tempos. A expansão de pesquisas e projetos que visam educar para o empreendedorismo expressam o desejo e a necessidade de se formar uma trabalhadora de novo tipo caracterizada como trabalhadora/empreendedora com perfil e espírito inovador, criativo e proativo, capaz de criar e expandir seu próprio negócio.

Um estudo do SEBRAE, realizado em 2012, mostra que as mulheres empreendedoras no Brasil estão mais escolarizadas, têm mais acesso a informações e ousam empreender em atividades antes predominantemente masculinas. Elas não empreendem apenas para complementar a renda familiar ou como passatempo, mas por identificar uma demanda de mercado e estão se mostrando como empresárias de sucesso, sem espaço para amadorismo (SEBRAE, 2012).

Diante dessa realidade, a qualificação ou acesso à educação continuada, que é o foco deste trabalho, tende a melhorar e subsidiar a expansão dos negócios, além de gerar novas oportunidades econômicas.

A educação continuada da mulher empreendedora busca corrigir distorções de sua formação inicial, e também contribui como aprendizado permanente das inovações e transformações que estejam ocorrendo na sociedade, que cogita na mudança das atuais formas de pensar, sentir e agir das novas gerações.

Figueiredo e Lima (1986, p.63) consideram a educação continuada como formação, aperfeiçoamento integral com transferência de conhecimentos e práticas de usos e costumes, ou seja, é um procedimento amplo relacionado com valores, atitudes e motivação. O profissional da informação precisa ter interesse em buscar caminhos que o conduzam a uma melhor qualificação e, com isso, manter-se atualizado frente às crescentes exigências do mercado de trabalho.

Macedo (1985, p.54) define a educação continuada como um processo começado pelo indivíduo na infância e continuado durante toda sua vida, ou seja, é um processo permanente de educação, o qual prepara o indivíduo para executar melhor aquilo que já realiza, focalizar o como fazer, capacitando-o para atuar na realidade atual como também, para o futuro.

Já Cunha (1984, p.149) define como qualquer aprendizagem, formal ou informal, realizada após concluir a primeira graduação.

Nesse sentido, a educação continuada pode ser praticada de diversas formas: participação em seminários, congressos, conferências ou ciclos de debates; leitura de trabalhos de congressos publicados em anais, livros e periódicos especializados nacionais e estrangeiros; cursos de características e duração diversificada, teóricos ou práticos (ministrados por escolas e associações profissionais); programas de pós-graduação; estudos individuais e em grupos com colegas; visitas técnicas; conversas com colegas para troca de experiências; participação em grupos de discussão.

Dentro da esfera profissional, a formação continuada pode ser oferecida em escolas técnicas federais, estaduais, municipais e privadas, sendo que, nestas últimas, estão incluídos os estabelecimentos do chamado Sistema S (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – SENAI; Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – SENAC; Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – SENAR; Serviço de Apoio à Pequena e Microempresa – SEBRAE) e instituições empresariais, sindicais, comunitárias e filantrópicas.

Deve-se salientar, também, que uma nova oportunidade para reciclagem profissional são os cursos de educação à distância, permitida pela facilidade de rapidez no desenvolvimento das redes de computadores, pertinente aos progressos das telecomunicações.

Oguisso (2000) afirma que, sendo o capital humano o elemento mais importante no funcionamento de qualquer empresa, grande ou pequena, pública ou privada, ele deve ser objeto de análises permanentes e de adequação de funções para melhorar a eficiência do trabalho, a competência profissional e o nível de satisfação do pessoal, oferecendo oportunidades de evolução profissional a partir da aplicação de educação continuada voltada para o potencial empreendedor.

Da perspectiva empresarial, a educação continuada deve ser vista mais além do que uma forma de treinar os indivíduos que a integram.

A educação continuada, tanto no que se refere à qualificação profissional quanto ao desenvolvimento pessoal, é a espinha dorsal dos processos coletivos de readequação estratégica da mulher empreendedora, capacitando-a a lidar com as novas condições do ambiente em que opera. Um outro motivo bastante comum para participar de um programa de educação continuada é a necessidade de adquirir ou aprimorar habilidades intersubjetivas necessárias ao bom desempenho profissional.

### **3 SÃO LUÍS DE MONTES BELOS: CENÁRIO DE EXPANSÃO ECONÔMICA E PÓLO EDUCACIONAL REGIONAL/LOCAL**

#### **3.1 Contexto histórico, características geográficas e crescimento demográfico**

O povoado “Barreirinho”, que após alguns anos passaria a se chamar São Luís de Montes Belos, originou-se da antiga fazenda formada a partir do ano de 1857, denominada “Santana”. Neste mesmo ano, o governo do estado determinou a construção de uma estrada cortando o local, ligando a parte central do estado de Goiás com a região sudeste e também ao estado do Mato Grosso.

Na medida em que as construções avançavam, serras foram nomeadas, fazendas, córregos e rios, de acordo com algum acontecimento especial ou data.

Segundo Barbosa (2011, p. 16),

Daí, conclui-se que o nome São Luís de Montes Belos esteja relacionado às serras belíssimas de picos muito finos que circundavam a cidade, com uma abertura em seu meio objetivando “dar passagem” ao córrego Santana. Onde a cidade foi construída, bem nas proximidades da referida serra, existe um monte especial que leva o nome de “Serra São Luís”.

Emancipada em 12 de outubro de 1953, a cidade de São Luís de Montes Belos está localizada, à 120 km de Goiânia, na microrregião de Anicuns, sendo ligada pela rodovia GO-060.

Sua área é de 1.081 km<sup>2</sup> e seu relevo é constituído de 30% de área plana e 20% de região montanhosa. Sua altitude média é de 620 metros.

O município conta com uma grande quantidade de cursos d'água, destacando os rios: Fartura, Cerrado, São Domingos. Os principais ribeirões são: Santana, Santa Rosa, São Manoel e Diamantina.

O clima da região é do tipo quente e semiúmido, com temperatura média oscilando entre 27° a 28° C. Segundo a Agencia da EMATER, a temperatura mínima de São Luís de Montes Belos é entre 19° C e a máxima é de 35°C.

A população de São Luís de Montes Belos, segundo o censo de 2010, era de 30.034 habitantes, sendo 14.731 habitantes masculinos e 15.303 habitantes femininos.

A cidade tem crescido em um ritmo muito rápido, recebendo inúmeros imigrantes que estão se consolidando na região. Diante disso, estima-se que o número de habitantes tenha aumentado até o presente ano.



Figura 2 – Foto da construção da Av. Hermógenes Coelho em 1955.

Fonte: Site oficial da Prefeitura de São Luís de Montes Belos



Figura 3 – Foto aérea da cidade no ano de 2004.

Fonte: Site oficial da Prefeitura de São Luís de Montes Belos



Figura 4\_ Foto do cartão-postal “Espelho D’ Água dos Buritis”, em 2011.

Fonte: Site oficial da Prefeitura de São Luís de Montes Belos

É perceptível, por meio das fotos, o quanto São Luís de Montes Belos vem progredindo e sofrendo mudanças no decorrer dos anos, em prol de oferecer à população local, um lugar bonito e próspero para se viver.

### 3.2 Indústrias, serviços e comércios

A principal atividade econômica do município está voltada para o setor de serviços, notadamente para o comércio, seguido da pecuária leiteira e de corte e agricultura com a produção de milho.

As principais indústrias são: JBS (industrialização de couro bovino), LBR (laticínios), Laticínios Magnata, Laticínios Montes Belos, Shalon Suturas e Fios Cirúrgicos, Fosbel Nutrição Animal, Brasil Minérios, Refrigerantes Spool, Atteliê Uniformes (Serigrafia), Instituto Rabelo, Mel Café e Café Maná.

O comércio é um dos mais fortes do centro-oeste goiano, com representação de grandes marcas como a rede internacional de *fast-food* Subway e a maior rede de chocolates finos do mundo: Cacau Show. A cidade conta ainda com 05 agências bancárias, 07 concessionárias de veículos, gráficas, serigrafias, entre outros.

Em 2009, foi instalada em São Luís de Montes Belos uma agência do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), que tem como missão promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte e fomentar o empreendedorismo. Assim, atua com foco no fortalecimento do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia por meio de parcerias com setores público e privado, programas de capacitação, acesso ao crédito e à inovação, estímulo ao associativismo, feiras e rodas de negócios.

Segundos os dados da Secretaria de Estado de Gestão e Planejamento/Instituto Mauro Borges de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (SEGPLAN/IMB), quanto ao Índice de Desempenho dos Municípios (IDM) no que tange à economia, entre 246 municípios goianos, São Luís de Montes Belos ocupa a 52ª posição (IMB, 2010).

Para o levantamento desses dados, foram considerados os aspectos econômicos: Valor adicionado (renda gerada) do setor agropecuário; Valor Adicionado do setor industrial; Valor Adicionado do setor de serviços; PIB per capita - soma dos bens e serviços finais produzidos no município dividida pelo número de habitantes; Evolução do PIB nos dois anos anteriores - medida de avaliação do crescimento da economia; e Percentual dos recursos próprios do município na composição da receita total - medida de independência financeira/tributária do município (IMB, 2010).

Embora o Ministério da Integração Nacional (MIN) considere a microrregião de Anicuns estagnada economicamente conforme dados de 2006, percebe-se que São Luís de Montes Belos tem apresentado um comportamento diferente na última década.

O Instituto Mauro Borges (IMB) com base nos dados de 2010 aponta uma realidade bastante diferente em relação ao restante dos municípios situados na microrregião.

Essa situação pode ser explicada pelo fato de São Luís de Montes Belos ter se transformado em um pólo comercial e educacional nas últimas décadas.

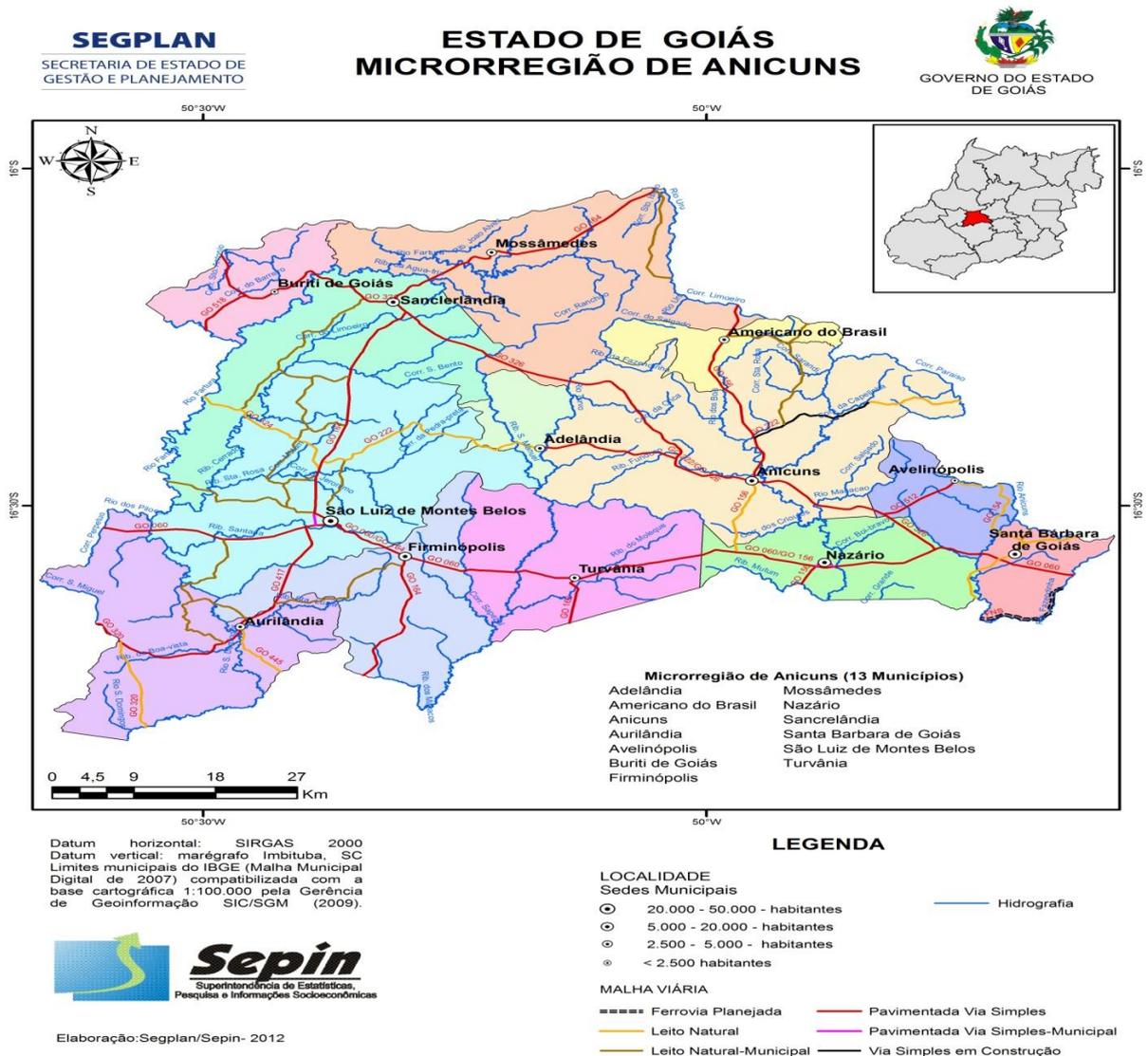


Figura 5 – Mapa da localização de SLMB na microrregião de Anicuns  
Fonte: SEGPLAN, 2012.

Conforme figura 5, a localização geográfica privilegiada do município permitiu que um grande número de municípios circunvizinhos desenvolvessem fortes relações econômicas

com seu comércio. A grande maioria das cidades influenciadas comercialmente pelo município de São Luís de Montes Belos apresenta uma quantidade inferior de habitantes.

Contudo, economicamente, o município de São Luís de Montes Belos se posiciona de forma privilegiada entre os 246 municípios que compõem o Estado de Goiás.

### **3.3 Cenário educacional**

No que tange à educação, no município de São Luís de Montes Belos há 3 escolas particulares, dentre elas uma mantém convênio com o Estado de Goiás.

Quanto às escolas da rede pública, é importante lembrar que o município é sede da V Delegacia Regional de Educação. Este órgão é administrado por uma Delegacia de Ensino subordinada à Secretaria Estadual. Todas as escolas estaduais de 12 cidades da região estão sob o âmbito de ação da Delegacia Regional da Educação.

Há em São Luís de Montes Belos 8 escolas municipais que oferecem Educação Infantil, Ensino Fundamental I, Ensino Fundamental II; 5 escolas estaduais que oferecem Ensino Fundamental II e Ensino Médio; distribuídas em pontos estratégicos da cidade, em fazendas e nos povoados. Além disso, há 5 Centros Municipais de Educação Infantil (CMEIS) para atender às crianças na faixa etária de 3 a 6 anos.

Em prol do profissionalismo e do desenvolvimento regional, em São Luís de Montes Belos há um colégio (Colégio Montes Belos) que oferece cursos técnicos profissionalizantes em distintas áreas.

Pela Lei nº 9.777, de 10 de setembro de 1985 houve a criação da Faculdade de Educação, Ciências e Letras de São Luís de Montes Belos (FECIL-BELOS), sendo regulamentada por meio do Decreto Lei n. 2.532, de 19 de dezembro de 1985 e posteriormente alterada pelo decreto Lei n 3.891 de 26 de novembro de 1992, que criou o curso de Pedagogia. Contudo, a Faculdade veio a ser autorizada por meio do Decreto federal de 09 de setembro de 1993. Em dezembro do mesmo ano, foi realizado o primeiro vestibular que compôs a primeira turma oficializando o funcionamento da Faculdade em 1.994. Os cursos oferecidos eram Pedagogia e Zootecnia.

A FECIL-BELOS funcionava como uma instituição autárquica, com duração indeterminada e personalidade jurídica de direito público, dotada de autonomia patrimonial,

financeira, administrativa, disciplinar e didático-científico, sendo jurisdicionada à Secretaria da Educação (Art. 8 do Dec. 2.532/85).

Em abril de 1999, com a criação da Universidade Estadual de Goiás, pelo então governador Sr. Marconi Perillo, por meio da Lei 13.456 de 16 de abril de 1.999, publicada no DOE-GO de 20 de abril de 1.999, a FECIL-BELOS deixa de ser uma Faculdade Isolada e se torna uma Unidade Universitária (UnU) da Universidade Estadual de Goiás.

Isso foi um avanço e marco para a história do Ensino Superior em São Luís de Montes Belos. No ano de 2000 a UnU de São Luís de Montes Belos, enquanto polo da UEG foi autorizada a realizar o primeiro vestibular para os cursos de Letras e Zootecnia e posteriormente, para Gestão Pública.

A partir daí a Instituição vem contribuindo satisfatoriamente para a região na formação de professores, para atuar nas escolas de educação básica e no ensino superior, bem como, formando profissionais nas áreas de psicopedagogia, zootecnia e gestão pública.

Em 2002 foi fundada na cidade de São Luís de Montes Belos, a Faculdade Montes Belos (FMB), instituição particular, por um grupo de profissionais que pretendiam criar uma instituição que oferecesse um ensino superior capaz de atender às expectativas dos moradores da região preparando-os e qualificando-os para a atuação no mercado de trabalho.

Logo, a Faculdade Montes Belos cristalizou seu real compromisso para o desenvolvimento regional e social e, para com seus alunos, se empenhando em produzir um ensino de qualidade, superando expectativas com uma grande demanda educacional, qualificando pessoas das diversas cidades da região.

Oferecendo 17 cursos de graduação e 30 cursos de pós-graduação, atualmente, a Instituição atende a mais de 3.000 alunos oriundos da cidade local e também de outras 33 cidades do Oeste Goiano.

Contando com professores especialistas, mestres, doutores e pós-doutores, a FMB possui uma infraestrutura adequada com salas climatizadas, laboratórios específicos, auditório para 500 expectadores e uma biblioteca informatizada com cerca de 40.000 volumes.

Visando a incentivar aqueles estudantes com baixa renda, bem como residentes em outras cidades, a instituição oferece bolsas de estudo e transporte, por meio de parcerias com empresas, prefeituras e sindicatos. Além disso, em parceria com o governo estadual e federal, a faculdade aderiu ao PROUNI, ao Financiamento Estudantil para o Ensino Superior (FIES) e à concessão de bolsas da Organização dos Voluntários de Goiás (OVG).

Segundo os gestores da FMB, a Faculdade tem como missão oferecer serviços educacionais diferenciados, abrangendo a graduação, a pós-graduação e a educação continuada, visando à formação profissional, social e cidadã, pautada na ética, no empreendedorismo e no desenvolvimento das pessoas e das organizações do oeste goiano.

Embora São Luís de Montes Belos ocupe a 52ª posição dos 246 municípios goianos, quanto ao desenvolvimento econômico, ele ocupa a 129ª posição no aspecto de desenvolvimento educacional (IBGE, 2010).

A dimensão Educação do Índice de Desempenho dos Municípios (IDM-Educação) considerou no levantamento os seguintes aspectos: infraestrutura dos prédios das escolas públicas urbanas (energia elétrica, abastecimento de água, coleta de esgoto e sanitário dentro do prédio escolar); atendimento educacional da população de 4 a 5 anos (pré-escola); atendimento educacional da população de 6 a 14 anos (ensino fundamental); atendimento educacional da população de 15 a 17 anos (ensino médio); professores com formação na disciplina que leciona; Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) - 5º ano do Ensino Fundamental; Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) - 9º ano do Ensino Fundamental (IBGE, 2010).

Sabendo que a educação é um fator de desenvolvimento sociocultural de um país e que necessita acompanhar as mudanças e às exigências da sociedade do conhecimento e estar ao alcance de todos, promovendo a formação de habilidades que transforme a realidade das pessoas, nota-se, através do IDM de 2011, que a educação básica em São Luís de Montes Belos carece de melhorias e de uma atenção especial por parte dos governantes.

Embora a cidade seja considerada pólo universitário, ao avaliar a educação básica identifica-se índices negativos, se comparados a outros municípios goianos.

### **3.4 O microempreendedorismo feminino: perfil e atividades principais**

Segundo dados do Ministério do Desenvolvimento da Indústria e Comércio (MDIC), de 2010 a 2013, São Luís de Montes Belos tem 810 Microempreendedores Individuais (MEIs) registrados, sendo 470 homens e 340 mulheres.

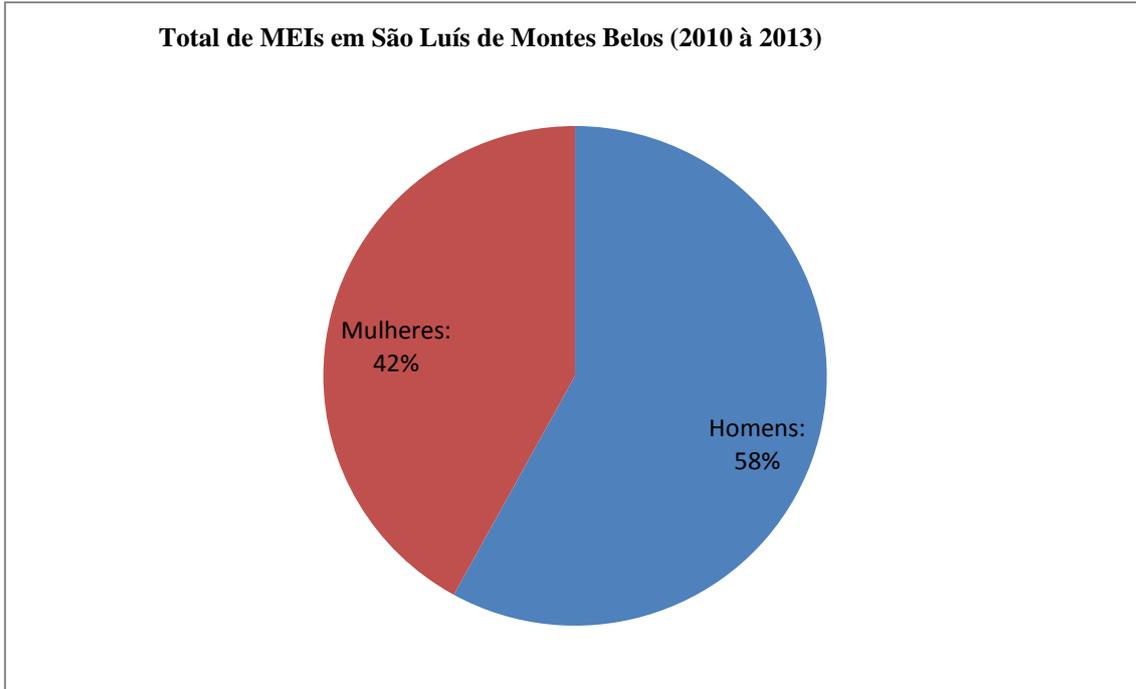


Gráfico 1 – MEIS em SLMB, por gênero.  
Fonte: Portal do Empreendedor, 2014.

Quanto à faixa etária dos Microempreendedores Individuais, dentre homens e mulheres, a maioria possui entre 21 e 50 anos, conforme o gráfico 2.

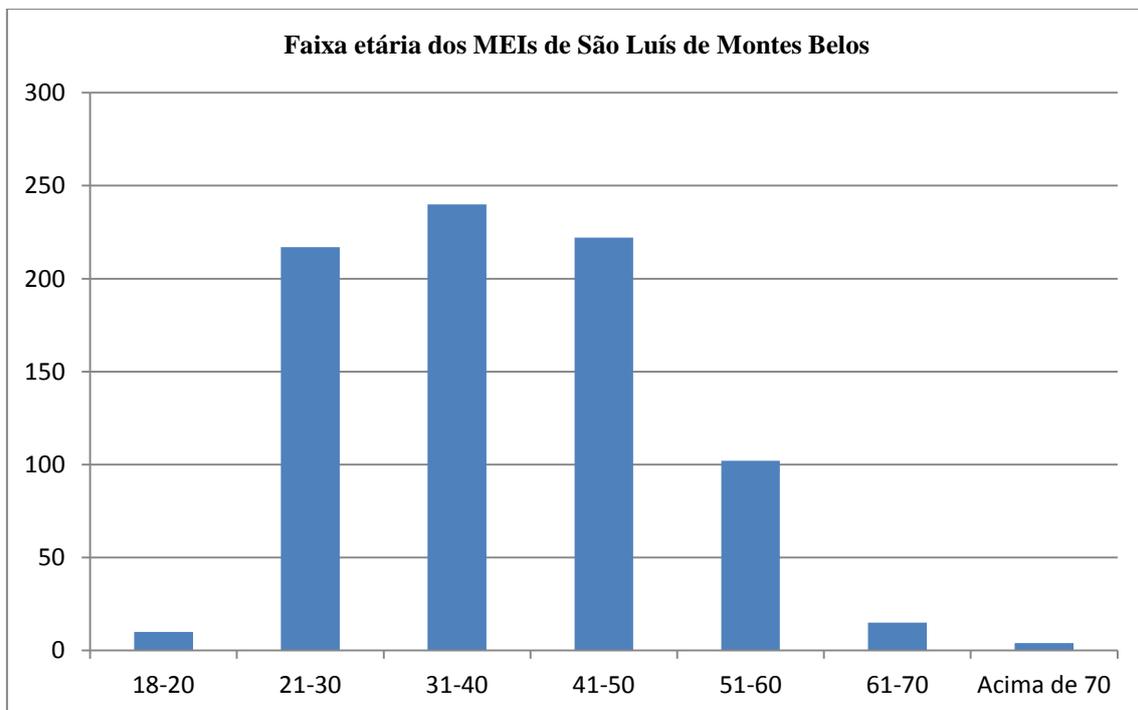


Gráfico 2- MEIS de SLMB, por faixa etária.

Fonte: Portal do Empreendedor, 2014

As mulheres estão consolidando seu espaço não apenas no mercado de trabalho, mas no campo do empreendedorismo, em uma tendência crescente em São Luís de Montes Belos. São cerca de 142 atividades econômicas, nas quais as mulheres se formalizam (Apêndice B).

Dentre o número de 340 Microempreendedoras Individuais registradas, a maior parte se dedica ao comércio de artigos do vestuário e acessórios, minimercados, atividades de cabeleireiras, de tratamento de beleza, confecções, bares e lanchonetes, e serviços ambulantes de alimentação.

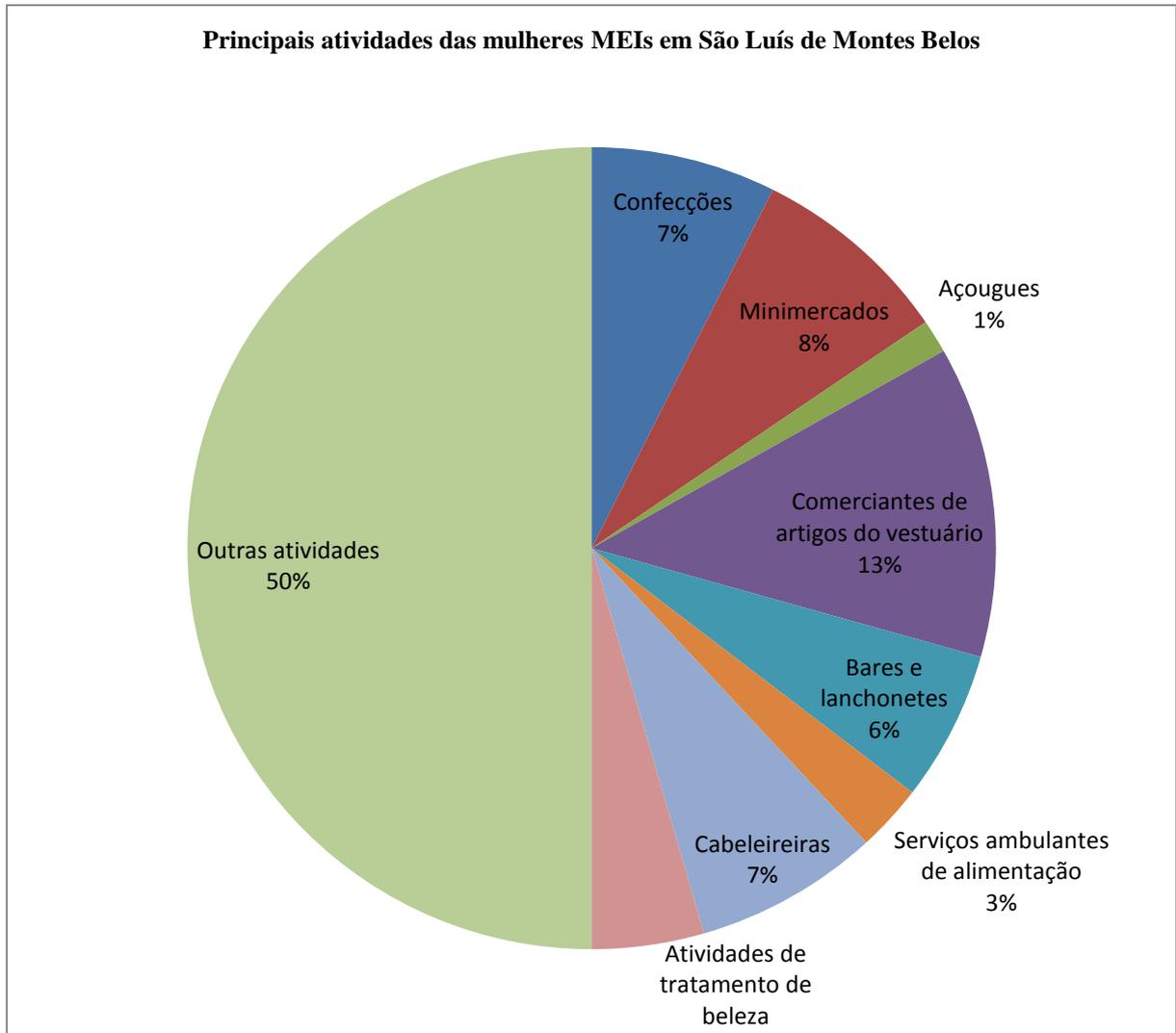


Gráfico 3- Principais atividades das mulheres MEIS em SLMB.  
Fonte: Portal do Empreendedor,2014.

Os Microempreendedores Individuais são considerados importantes no processo de desenvolvimento municipal, já que promovem a inclusão produtiva, sobretudo de mulheres.

Para o município de São Luís de Montes Belos, segundo dados de 2013, do SEBRAE/Regional, essas mulheres MEIs, promovem vários benefícios:

- geração de empregos, aumento da arrecadação municipal e promoção da inclusão social;
- \_ o município deixa de depender exclusivamente de demandas de grandes empresas/ sustentabilidade;
- \_diminuição do êxodo da população para outras cidades;
- \_geração de investimentos duradouros (competitividade, Inovação, produtividade);
- \_retenção da riqueza dentro do município – uso do poder de Compra. ( SEBRAE/ REGIONAL:GO. 2013)

Portanto, as MEIs tendem a gerar emprego e renda para o município e garantem benefícios para si mesmas e suas famílias.

#### **4 ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA**

Este capítulo apresenta os resultados de uma pesquisa empírica, com o objetivo de levantar o perfil e a influência da educação na vida da mulher microempreendedora de São Luís de Montes Belos, bem como analisar as mudanças ocorridas em seus empreendimentos após formalização.

Para lócus da pesquisa, foi eleito o município de São Luís de Montes Belos, em virtude da concentração de microempreendedoras individuais formalizadas na região no período de 2010 a 2013.

#### **4.1 Metodologia utilizada**

Para que os objetivos e questionamentos pudessem ser atingidos, o presente estudo empregou uma metodologia de caráter exploratório, de cunho qualitativo, por ser uma abordagem mais adequada para atender a natureza do fenômeno social e econômico.

Nesse sentido Mendonça (2008, p. 36) enfatiza que “a finalidade é obter maiores informações sobre determinado assunto, como o objetivo de delimitar o tema de um trabalho, definir seus objetivos, descobrir um novo tipo de enfoque.”

As informações sobre o perfil da mulher microempreenderora de São Luís de Montes Belos, bem como sobre o empreendimento montado, foram obtidas por meio da técnica de coleta de dados de uma série ordenada de perguntas (questionário modelo, apêndice C) que foram respondidas por 20 entrevistadas.

As microempreendedoras que responderam aos questionários foram localizadas mediante informações fornecidas pela agência local do SEBRAE. Foram identificadas Microempreendedoras Individuais que atuam em distintos bairros da cidade.

As perguntas do questionário modelo foram elaboradas com a finalidade de não perder o foco da pesquisa e garantir informações mais seguras sobre o microempreendedorismo feminino em São Luís de Montes Belos.

## **4. 2. Resultados**

### **4.2.1 Perfil das mulheres microempreendedoras individuais entrevistadas**

Identificou-se através desta pesquisa que boa parte das mulheres que se formalizaram como Microempendedoras Individuais, encontram-se na faixa etária de 31 (trinta e um) a 40 (quarenta) anos, como demonstra o gráfico 4 abaixo:

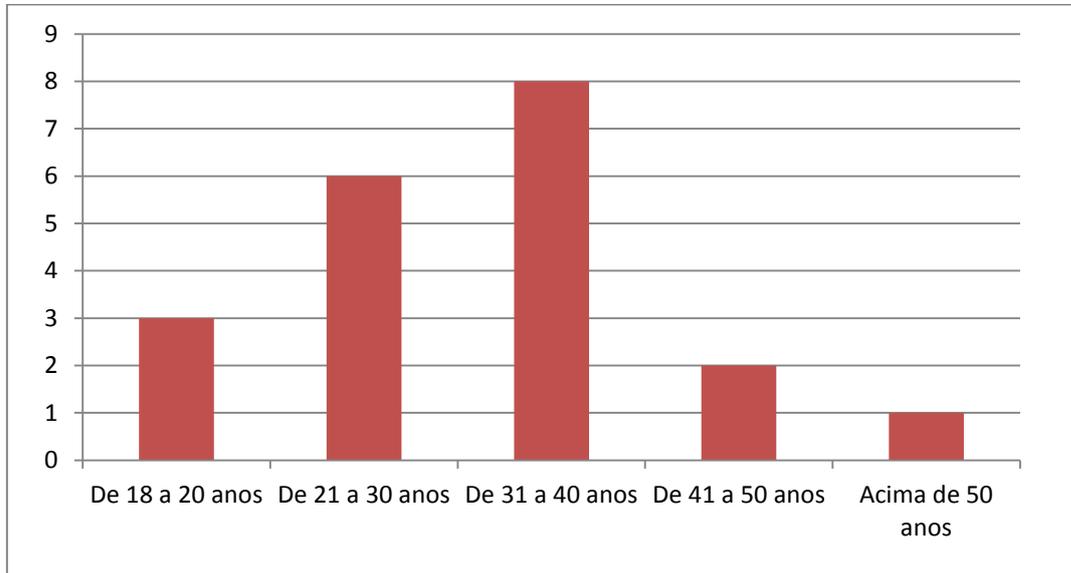


Gráfico 4-Faixa etária das MEIs entrevistadas  
Fonte: Dados do questionário aplicado

Das entrevistadas, 65% são casadas, conforme o gráfico 5:

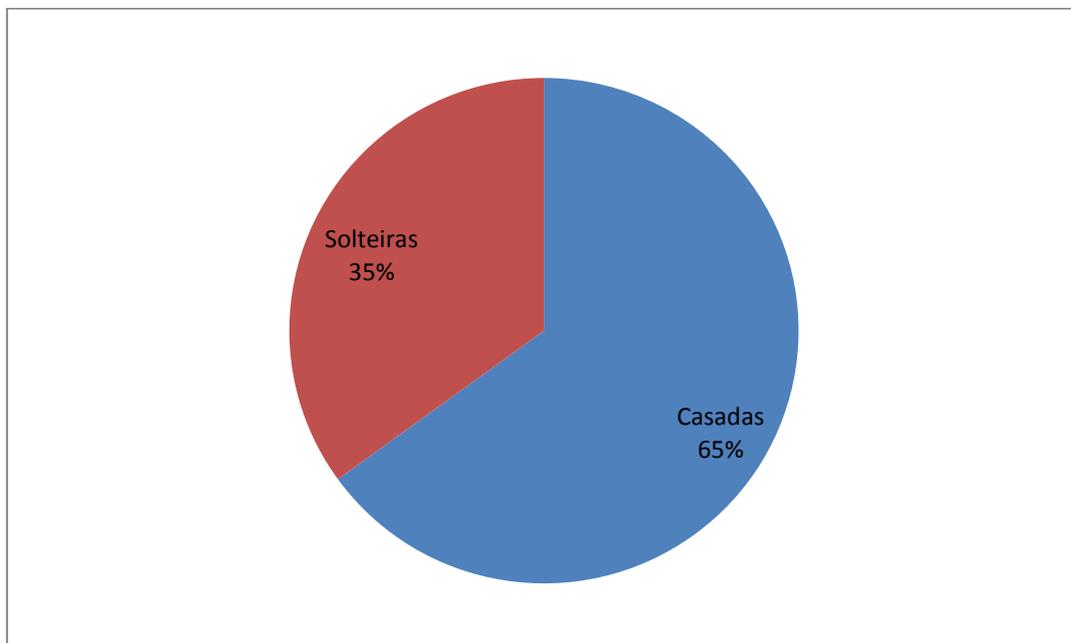


Gráfico 5 – Estado Civil das MEIs  
Fonte: Dados do questionário aplicado

Através da pesquisa, pode-se constatar que as mulheres estão mais cautelosas quanto a ter filhos, sendo que 45 % das entrevistadas tem de 1 a 2 filhos, 15% tem acima de 2 filhos, enquanto que 40% não tem.

Durante a aplicação dos questionários, as mulheres que não tem filhos alegaram que, ao se tornarem mães, dificultaria muito o rendimento dos empreendimentos, uma vez que precisariam conciliar o trabalho com a maternidade.

Quanto ao tempo em que residem no município de São Luís de Montes Belos, maioria das entrevistadas reside há mais de 5 anos, conforme gráfico 6. Estas alegaram que em São Luís de Montes Belos tem tudo o que precisam para viver.

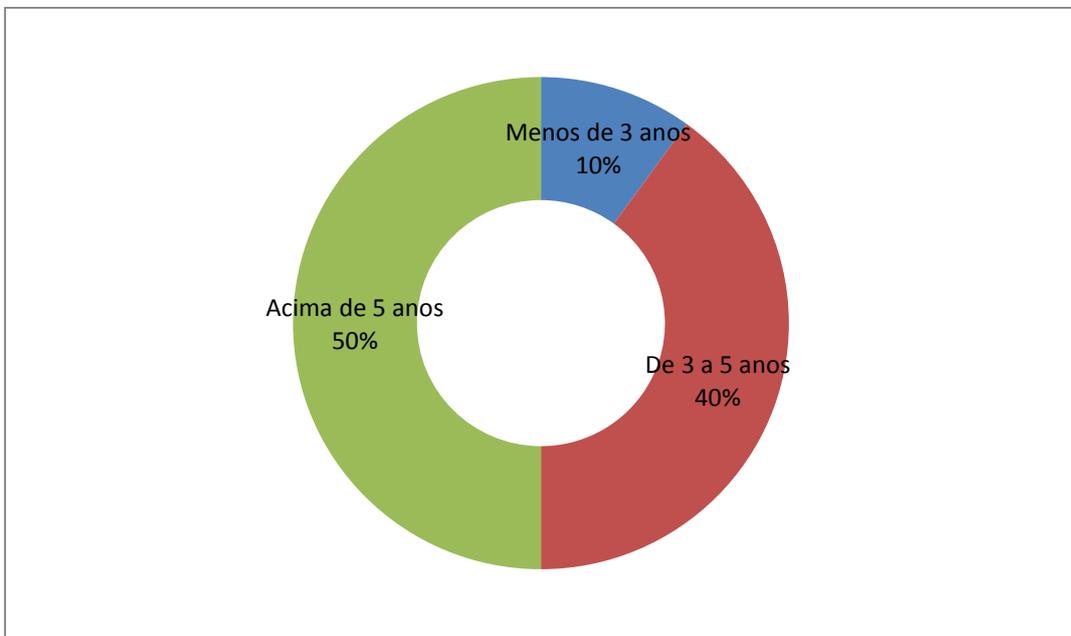


Gráfico 6 – Tempo em que as MEIs residem em SLMB  
Fonte: Dados do questionário aplicado

Boa tarde das entrevistadas nasceram no município, enquanto as demais se instalaram atraídas pela oferta de emprego. Um fator que chamou atenção é que muitas dessas mulheres estão gerindo seus empreendimentos em suas próprias residências.

Com relação ao nível de escolaridade apresentado pelas microempreendedoras individuais que responderam aos questionários, observa-se no gráfico 7 que segue:

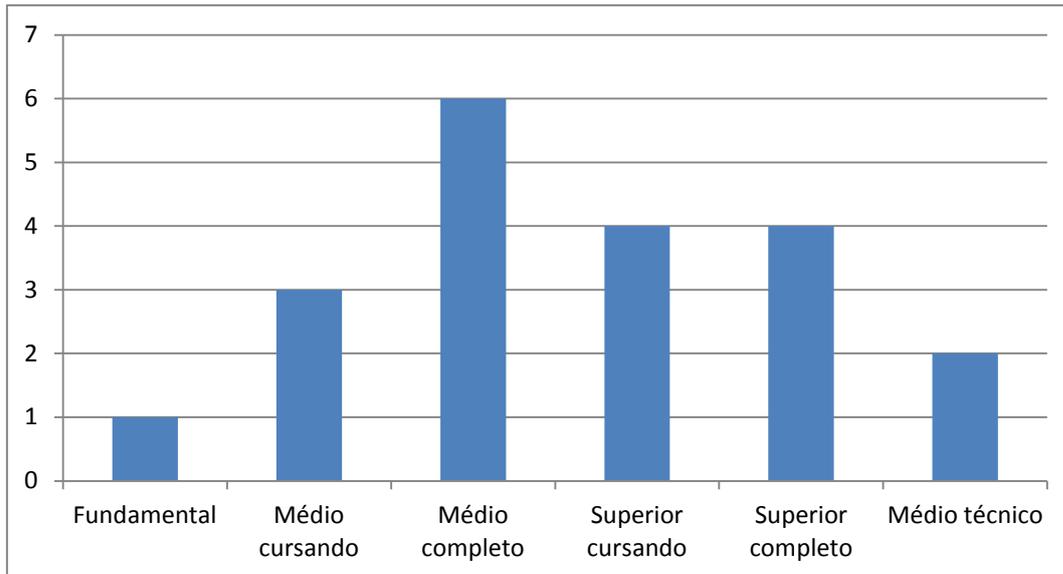


Gráfico 7: Escolaridade das MEIs  
 Fonte: Dados do questionário aplicado

Dos dados, observa-se que 30% das MEIs pesquisadas possuem o ensino médio completo, 15% está cursando o Ensino Médio, 20% está cursando o Ensino Superior, 20% tem o Ensino Superior Completo, 10% possui curso técnico e 5% possui somente o Ensino Fundamental.

Barreto (2013, p.6) destaca que “mais da metade dos empreendedores brasileiros já possui ensino médio, nível de escolaridade considerado alto”.

Com base no nível de instrução apresentado pelas pesquisadas, constata-se que aquelas que tem apenas Ensino Fundamental ou que estão cursando o Ensino Médio, apresentam um vocabulário mais restrito, são mais tímidas, mostraram dificuldades para gerir os empreendimentos e que sabem pouco dos benefícios garantidos à categoria MEI.

De modo geral, as mulheres MEIs pesquisadas veem a educação como uma grande alavancagem para a carreira profissional. Entretanto, nota-se que algumas ainda estão estagnadas no tempo e não dão atenção devida a isso.

Para Barreto (2013, p.6) um empreendedor precisa ter continuidade na educação e não deve se acomodar com o conhecimento adquirido. Sabendo que a educação continuada é imprescindível para o sucesso de qualquer negócio, foi perguntado às MEIs se elas buscaram alguma qualificação para a gestão dos seus empreendimentos.

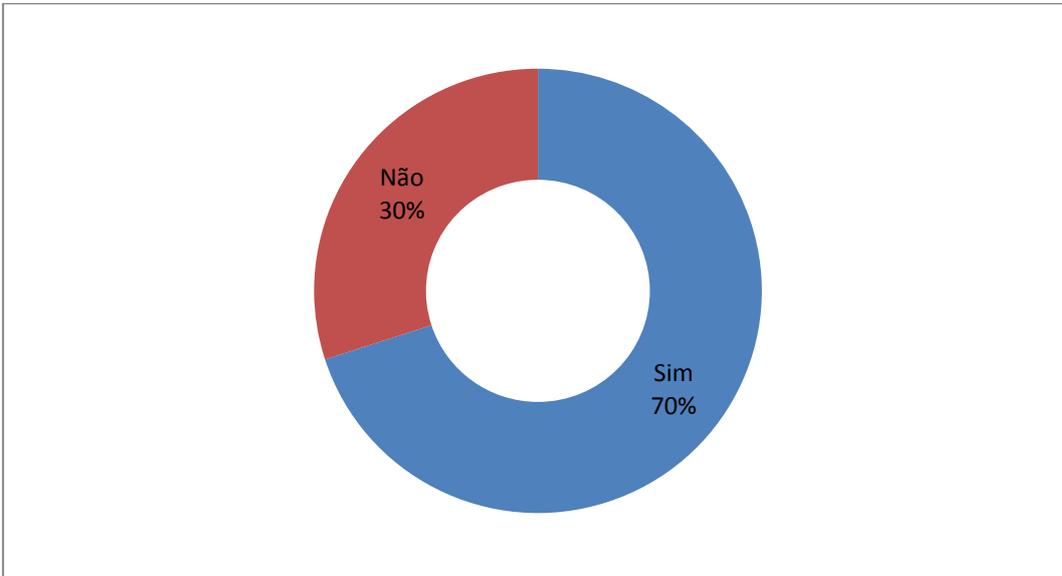


Gráfico 8 – Formação Continuada  
Fonte: Dados do questionário aplicado

De acordo com o gráfico 8, a maioria buscou uma formação continuada para gerir seus negócios. Do total de 20 entrevistadas, 10 fizeram cursos de capacitação oferecidos pelo SEBRAE, 4 estão fazendo pós-graduação na área de gestão de negócios. Ressaltam que a qualificação tem ajudado muito, principalmente na área de gestão financeira.

As entrevistadas que ainda não se qualificaram, alegaram que estão sem tempo mas que sabem que necessitam de uma qualificação para administrarem melhor seus empreendimentos.

#### **4.2.2 Atividades formalizadas pelas MEIs**

Pode-se verificar a partir das respostas das Microempendedoras Individuais, quais foram as principais atividades formalizadas.

O gráfico 9, a seguir, demonstra as atividades que apareceram na pesquisa e seu percentual de representação:

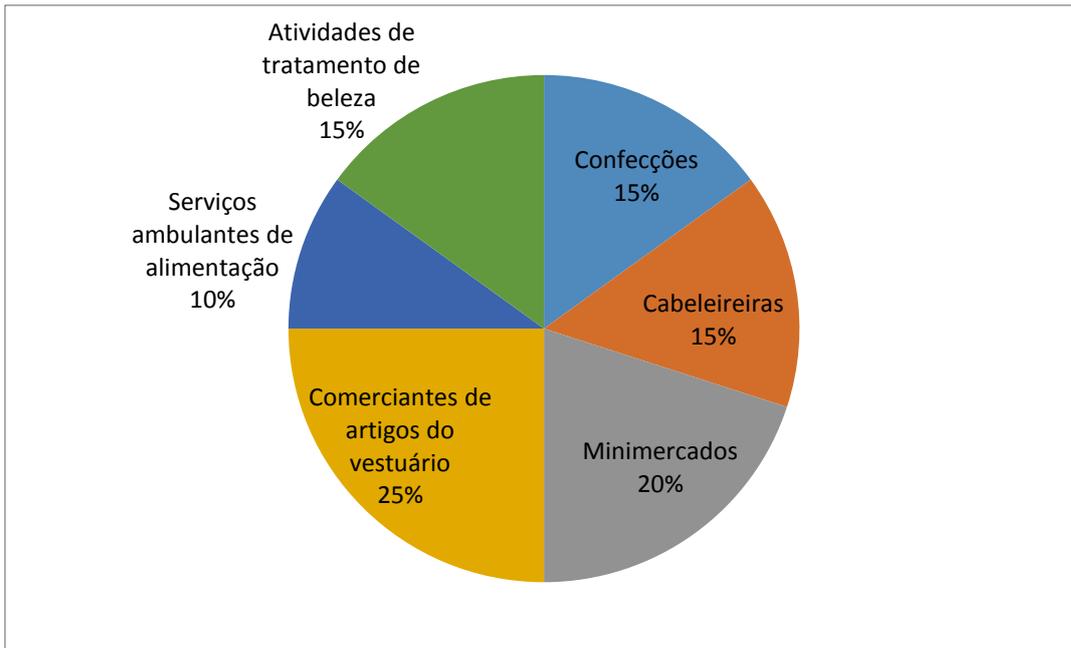


Gráfico 9 – Atividades formalizadas pelas MEIs de SLMB  
 Fonte: Dados do questionário aplicado

De acordo com a amostra, 25% das Microempendedoras Individuais atua no comércio de artigos do vestuário e acessórios. Outra atividade que se destaca são os minimercados (20%), em seguida confecções e salões de beleza (15%, respectivamente) e serviços ambulantes de alimentação (10%).

Questionadas quanto aos motivos para a formalização, 60% das MEIs se formalizaram para garantirem seus direitos previdenciários, alegando preocuparem com a aposentadoria, 20% se formalizou para garantir facilidades no acesso ao crédito e financiamentos, 15% se formalizou pensando na redução de impostos e das obrigações acessórias exigidas e 5%, devido à possibilidade de emissão de nota fiscal e comprovação de renda.

O fato de serem mulheres influenciou na decisão de abrirem os empreendimentos. Segundo as pesquisadas, os ramos de atividades aos quais atuam requerem maior habilidade, criatividade, inovação, dedicação e um certo “toque feminino” que, segundo elas, somente a mulher tem. Essas características apontadas pelas pesquisadas condizem com a teoria da Jonathan (2008, p.54) que alega que “as mulheres empreendedoras caracterizam-se por serem destemidas, autoconfiantes, apaixonadas e identificadas em seus empreendimentos”.

Machado *et al* (2003, p.123) diz que “as mulheres abrem empresas por desejo de realização e independência, [...] necessidade de sobrevivência e como maneira de conciliar trabalho e família”.

Aumentar a renda familiar foi o pontapé inicial para a maioria (70%) das MEIs entrevistadas formalizarem seus negócios. Outras (30%), destacaram a busca pela independência financeira e pela realização profissional.

#### **4.2.3 A gestão das MEIs e as perspectivas para o futuro de seus empreendimentos**

Para o bom andamento dos empreendimentos, várias MEIs pesquisadas contam com a ajuda de familiares. As que possuem minimercados, contam com o trabalho de até 2 funcionários contratados. Entretanto, sabendo que a LC n. 128/2008 assegura o registro pela CLT de apenas um funcionário, infelizmente um fica trabalhando na informalidade. As MEIs proprietárias dos minimercados reconhecem que isso pode gerar um grave problema no futuro. Já as outras MEIs, trabalham sozinhas em seus empreendimentos, como é o caso das cabeleireiras, das vendedoras de artigos de vestuário e acessórios.

Todas as MEIs pesquisadas destacam bom relacionamento com fornecedores e clientes. Alegam serem amigas de seus clientes e que isso passa confiança para eles. As MEIs que vendem artigos de vestuário e acessórios enfatizaram que maioria dos clientes moram em cidades vizinhas. Já os clientes das outras MEIs estão situados em São Luís de Montes Belos.

Para o município de São Luís de Montes Belos, o trabalho das Microempreendedoras Individuais é muito viável, porque gera renda através do recolhimento do Imposto Sobre Serviço (ISS), o qual está inserido no Simples Nacional.

Entretanto, pôde-se perceber que o governo local ainda não inseriu no município políticas públicas voltadas para o incentivo dos negócios das microempreendedoras individuais, como compras governamentais. As MEIs tem produtos e serviços de qualidade, que segundo elas, infelizmente não são adquiridos pela administração pública.

Sabendo que o faturamento bruto anual da categoria do Microempreendedor Individual não pode ultrapassar o valor de 60 mil reais, as mulheres pesquisadas veem isso como problema, pois seus negócios estão expandindo e conseqüentemente o faturamento tende a aumentar. Temem ingressarem na categoria de Microempresa e terem que pagar tributos bem superiores aos da categoria MEI. Entretanto, não se entristecem por isso e querem crescer nos segmentos em que atuam. Alegam que estão felizes com os resultados obtidos, se sentem realizadas e querem ser referências de empreendedoras na região.

Um ponto observado durante a aplicação dos questionários, acerca da gestão dos empreendimentos formalizados, é que várias MEIs apresentam dificuldades quanto ao controle das despesas e receitas, os procedimentos que deverão ser adotados no caso de contratação de um funcionário, data de recolhimento do imposto e entrega de declaração, entre outros, que mesmo sendo proporcionado a elas de forma simplificada, acarretam dúvidas.

Vale ressaltar que muitas das dificuldades encontradas podem estar relacionadas com o grau de instrução das MEIs, considerando, principalmente, que 30% não buscou qualificação para gerir seus empreendimentos, principalmente no que tange a cursos oferecidos pelo SEBRAE/ Local.

Sabendo que as metas são de extrema importância para manter um empreendimento em movimento, todas as MEIs pesquisadas ressaltaram terem como meta o crescimento dos seus empreendimentos. Apesar de reconhecerem que precisam inovar seus empreendimentos, melhorar a gestão e fazerem novos investimentos, alegaram estarem dispostas a correr o risco. Nessa perspectiva, Schumpeter (1975, p. 54), salienta que “sem inovação, não há empreendedores, sem investimentos empreendedores, não há retorno de capital e o capitalismo não se propulsiona.”

## CONCLUSÃO

Este estudo abordou como tema o empreendedorismo feminino e a importância da educação continuada para o mesmo.

Através de questionário aplicado a 20 mulheres, procurou-se identificar o perfil da mulher microempreendedora no município de São Luís de Montes Belos, o qual foi escolhido para locus da pesquisa devido aos índices satisfatórios de mulheres que estão montando seus próprios negócios na região.

As Microempreendedoras Individuais de São Luís de Montes Belos estão atuando em vários segmentos, principalmente no comércio de artigos de vestuário, em minimercados, salões de beleza, confecções e vendas ambulantes de alimentação. São negócios aparentemente pequenos, mas que estão expandindo na região.

A partir do levantamento bibliográfico foi possível compreender os mitos e realidades acerca do empreendedorismo, identificar através da LC n.128/2008 e outros meios, as exigências legais e procedimentos que devem ser realizados para a formalização através do MEI, tendo sido realizado um levantamento das obrigações e direitos atribuídos ao Microempreendedor Individual.

Fez-se necessário conhecer a trajetória feminina no mercado de trabalho, desde o colonato até a contemporaneidade, em prol de entender a atuação empreendedora da mulher, bem como aquela que está à frente de pequenos negócios, como as MEIs.

Pôde-se concluir que dentre os benefícios oferecidos ao Microempreendedor Individual, de acordo com a LC nº. 128/2008, destacaram-se como os principais motivadores para que as mulheres pesquisadas se tornassem Microempreendedoras Individuais, os seguintes benefícios: os direitos previdenciários, a facilidade para financiamentos e a redução dos impostos e redução nas obrigações acessórias exigidas.

Quanto ao perfil das MEIs, conforme a amostra estudada, verificou-se que grande parte delas possuem faixa etária entre 31 a 40 anos, sendo que 30% possui Ensino Médio. Foi identificado um número bem satisfatório de mulheres microempreendedoras que está cursando ou que já tem o Ensino Superior. Isso mostrou que maioria das MEIs está bem escolarizada, conforme os dados apresentados por Barreto (2013).

Chamou a atenção o fato da maioria das MEIs pesquisadas terem participado de cursos de formação continuada. Mostraram que tem preocupação com a gestão de seus empreendimentos, são comunicativas e tem visões empreendedoras.

Entretanto, durante a aplicação do questionário e por meio de diálogos com as pesquisadas, percebeu-se que aquelas que não fizeram nenhum curso de formação continuada, são bem limitadas, com pouca desenvoltura empreendedora e com muitas dificuldades para conduzir seus empreendimentos. Tal fator pode futuramente prejudicar a expansão de seus empreendimentos e impedir a durabilidade.

A partir da pesquisa realizada e das informações obtidas, é importante apresentar algumas sugestões que contemplem a atuação das MEIs em São Luís de Montes Belos.

Seria importante que toda trabalhadora informal antes de se formalizar como MEI fizesse um curso de capacitação para compreender os benefícios e atribuições dessa categoria empresarial, adquirir informações importantes sobre gestão. Assim, teria maior segurança e evitaria problemas nos negócios. Sabe-se que o SEBRAE/Local oferece cursos de capacitação para todos os microempreendedores individuais da região, entretanto muitos não fazem. Se a capacitação virasse uma exigência para a formalização, de repente não haveria tantas pessoas despreparadas no setor empresarial.

Com o objetivo de fortalecer e incentivar os segmentos mais relevantes das microempreendedoras, o poder público municipal poderia criar e fomentar cooperativas para colocar os produtos e serviços de suas cooperadas no mercado em condições mais vantajosas do que elas tem isoladamente.

Outra sugestão seria que o Poder Público Municipal deveria criar políticas voltadas à aquisição de produtos e serviços fornecidos pelas MEIs, uma vez que a Lei Geral n. 123/2006 apresenta essa diretriz. A intenção é favorecer o poder de compra local, envolvendo poder público, empresas e população para apoiar as microempreendedoras.

Em suma, através deste trabalho pôde-se compreender que as mulheres microempreendedoras de São Luís de Montes Belos, de modo geral, estão ocupando um lugar satisfatório na sociedade montebelense. São determinadas, dinâmicas, e, apesar de algumas apresentarem dificuldades quanto às obrigações burocráticas, têm visões empreendedoras e metas para o crescimento dos seus empreendimentos. O alto nível de instrução apresentado pela maioria das MEIs mostrou que elas são conscientes quanto à importância da formação continuada na gestão de seus empreendimentos, sobretudo, reconhecem que a aquisição ou

aprimoramento dos conhecimentos adquiridos, foram essenciais para condução dos seus empreendimentos.

## REFERÊNCIAS

ARRUDA, M. *O Feminino criador*. In: ARRUDA, M.; BOFF, L. Globalização, desafios socioeconômicos, éticos e educativos. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 119-143.

ANSOFF, I. H. *Planejamento estratégico*. São Paulo: Atlas, 1981.

BARBOSA, Eli. *São Luís de Montes Belos – uma história de lutas e conquistas*. 2ª ed. Goiânia : Kelps, 2011.

BARRETO, Luiz. *Educar para melhor empreender*. In artigo. Jornal Sebrae. 2013.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. IBGE. *Censo Demográfico 2010*. Disponível em <<http://www.ibge.org.br>> Acesso em abr. 2013.

\_\_\_\_\_. Presidência da República. Secretaria de Políticas para as Mulheres. Plano Nacional de Políticas para as Mulheres. Brasília: Secretaria de Políticas para as Mulheres, 2013. 114 p. : il.

\_\_\_\_\_. Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte.

\_\_\_\_\_. Ministério do Trabalho e Emprego. *Cadastro Nacional de Atividades Econômicas*. Brasília, 2011.

\_\_\_\_\_. *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília. Ed: Senado Federal, 1988.

\_\_\_\_\_. *Decreto-Lei nº. 5.452, de 1º de maio de 1943. Aprova a Consolidação das Leis do Trabalho*. Disponível em < <http://www.planalto.gov.br/ccivil/decreto-lei/del5452.htm>> Acesso em 22 de Setembro de 2013.

\_\_\_\_\_. *Lei nº. 8.212, de 24 de julho de 1991. Dispõe sobre a organização da Seguridade Social, institui Plano de Custeio, e dá outras providências*. Disponível em

<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8212cons.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8212cons.htm)> Acesso em 25 de Setembro de 2013.

\_\_\_\_\_. *Lei nº. 9.317, de 05 de dezembro de 1996. Dispõe sobre o regime tributário das microempresas e das empresas de pequeno porte, institui o Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte – Simples e dá outras providências.* Disponível em <http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/Leis/Ant2001/lei931796.htm>> Acesso em 21 de Setembro de 2013.

\_\_\_\_\_. *Lei Complementar nº. 128 de 19 de dezembro de 2008. Altera a Lei Complementar nº. 123, de 14 de dezembro de 2006.* Disponível em <<http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/leiscomplementares/2008/leicp128.htm>> Acesso em 25 de Setembro de 2009.

\_\_\_\_\_. *Resolução CGSN nº. 58, de 27 de abril de 2009. Dispõe sobre o Microempreendedor Individual - MEI.* Disponível em <<http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/Resolucao/2009/CGSN/Resol58.htm>> Acesso em 29 de Janeiro de 2013.

\_\_\_\_\_. *Resolução CGSIM nº. 2, de 1º de julho de 2009. Dispõe sobre o procedimento especial para o registro e legalização do Microempreendedor Individual.* Alterada pela Resolução CGSIM nº. 4, de 6 de agosto de 2009.

BRITTO, Francisco; WEVER, Luiz. *Empreendedores Brasileiros: vivendo e aprendendo com grandes nomes.* RJ: Campos, 2003.

CHIAVENATO, I. *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor.* São Paulo: Saraiva, 2005.

CUNHA, Murilo Bastos da. *O desenvolvimento profissional e a educação continuada.* Revista de Biblioteconomia de Brasília, Brasília, v. 12, n. 2, p. 145-156, jul./dez. 1984.

DEL PRIORE, Mary (Org.). *História das mulheres no Brasil.* São Paulo: Contexto, 1997.

\_\_\_\_\_. *História das mulheres: As vozes do silêncio*. In: FREITAS, Marcos César (Org.). *Historiografia Brasileira em Perspectiva*. 3 ed. São Paulo, SP: Contexto, 2000.

DOLABELA, F. *Oficina do Empreendedor: A metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza*. São Paulo: Olivicultura, 1999.

\_\_\_\_\_. *O Segredo de Luísa*. São Paulo: Editora de Cultura, 2006, 304 p.

DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa*. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

\_\_\_\_\_. *Empreendedorismo*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

\_\_\_\_\_. *Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

FENACON; SEBRAE. *Cartilha do empreendedor individual*. Brasília: Copyright, 2009.

FIGUEIREDO, Nice Menezes de; LIMA, Regina C. Montenegro de. *Desenvolvimento profissional e inovações tecnológicas*. *Revista de Biblioteconomia da UFMG*, Belo Horizonte, v. 15, n. 1, p. 47-67, mar. 1986.

FILION, Jouis Jacques. *Empreendedorismo: empreendedores e proprietários – gerentes de pequenos negócios*. *Revista de Administração*. São Paulo, v.34, n.2, p. 05-28 abril/junho, 1999.

FREITAG, Bárbara. *Sociedade e Consciência*. São Paulo, Editora Cortez, 1993.

FONTES, Ana. *Empreendedorismo feminino*. *Revista Exame*. 2013.

JONATHAN, Eva Gertrudes. *Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. Psicologia em estudo*. Maringá. v.10, n.3, p. 373-382. 2008.

LIMA, Jorge da Cunha. *Matarazzo: 100 anos*. São Paulo: CL-A Comunicações, 1982.

MACEDO, Adolfo Benevenuto de. *Manual prático do microempreendedor individual*. Belo Horizonte: O Lutador, 2009.

MACEDO, Maurides. *O Rio, As Pedras e a Cidade - Baliza 1922-1960*. Goiania: PUC-GO, 2011.

MACEDO, Neusa Dias de. *Reflexões sobre educação contínua para o bibliotecário*. Revista de Biblioteconomia da UFMG, Belo Horizonte, v. 18, n. 1/2, p. 52-61, jun. 1985.

MACHADO, Hilka V et al. *O processo de criação de empresas por mulheres*. ERA eletrônica, v.2, n.2, p.1-22, 2003.

MAXIMIANO, Antônio César Amaru. *Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios*. 2ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

MENDONÇA, Alzino,F.de; ROCHA, C.R.R;NUNES, Heliane Prudente. *Trabalhos acadêmicos: planejamento, execução e avaliação*. Goiânia: ALFA,2008.

METZKER, Márcio. *3 anos da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa*. Brasília: Sebrae, 2009.

NASSIF, Luís. *Os cabeças-de-planilha*. Rio de Janeiro : Ediouro, 2007.

OGUISSO, T. *A educação continuada como fator de mudanças: visão mundial*. Nursing [Edição Brasileira]. 2000.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. *Microempreendedor Individual*. Disponível em <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor-individual/lista-dos-relatorios-estatisticos-do-mei>. Acesso em: 6 de julho. 2013.

ROCHA, Maria Isabel B. *Trabalho e Gênero: Mudanças, Permanências e Desafios*. Campinas: ABEP, NEPO/UNICAMP e CEDEPLAR/UFMG/São Paulo, Editora 34, 2000.

IMB- Instituto Mauro Borges de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos/ SEGPLAN. *Índice de Desempenho dos Municípios*. GO, 2010.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO À MICRO E PEQUENAS EMPRESAS . Diagnóstico Municipal. São Luís de Montes Belos: SEBRAE/GO.2013

\_\_\_\_\_. *Diagnóstico Municipal. São Luís de Montes Belos*: SEBRAE/GO.2010

\_\_\_\_\_. *Diagnóstico Municipal. São Luís de Montes Belos*: SEBRAE/GO.2012

SHUMPETER, J. *Catalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper, 1975.

SIMPLES NACIONAL (2009). *Roteiro para o microempreendedor individual (MEI)*.

Disponível em:

[http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/noticias/2009/outubro/Roteiro\\_para\\_Microempreendedor\\_Individual\\_MEI.asp](http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/noticias/2009/outubro/Roteiro_para_Microempreendedor_Individual_MEI.asp) > Acesso em 22 de Setembro de 2013.

SOUZA, Jader. *Gestão Empresarial: Administrando Empresas Vencedoras*. São Paulo: Saraiva, 2006.

TRANJAN, Roberto Adami. *Elas Chegaram! Empreendedor*, ano 8, n.88, p.20-21, fev. 2002

APÊNDICE A- População Censitária de São Luís de Montes Belos

<b>População Censitária de São Luís de Montes Belos</b>				
	<b>1980</b>	<b>1991</b>	<b>2000</b>	<b>2010</b>
Total (habitantes)	25.228	25.039	26.383	30.034
Urbana (habitantes)	16.561	19.218	22.271	26.585
Rural (habitantes)	8.667	5.821	4.112	3.449
Masculina (habitantes)	12.744	12.462	12.962	14.731
Feminina (habitantes)	12.484	12.577	13.421	15.303
Urbana Masculina (habitantes)	8.191	9.357	10.806	12.894
Urbana Feminina (habitantes)	8.370	9.861	11.465	13.691
Rural Masculina (habitantes)	4.553	3.105	2.156	1.837
Rural Feminina (habitantes)	4.114	2.716	1.956	1.612
0 a 4 anos (habitantes)	3.029	2.442	2.151	1.807
5 a 9 anos (habitantes)	3.317	2.526	2.403	1.926
10 a 14 anos (habitantes)	3.633	2.846	2.474	2.445
15 a 19 anos (habitantes)	3.323	2.795	2.498	2.702
20 a 29 anos (habitantes)	4.186	4.684	4.527	4.908
30 a 39 anos (habitantes)	3.030	3.567	4.394	4.733
40 a 49 anos (habitantes)	2.206	2.635	3.154	4.401
50 a 59 anos (habitantes)	1.256	1.731	2.213	3.221
60 a 69 anos (habitantes)	853	1.127	1.528	2.176
70 a 79 anos (habitantes)	309	501	762	1.205
80 anos ou mais (habitantes)	63	185	279	510
Idade ignorada (habitantes)	23	-	-	-

Fonte: IBGE

## APÊNDICE B

**Total de atividades formalizadas no Município de São Luís de Montes Belos, por Código CNAE, descrição CNAE e Sexo.**

CNAE		Quantitativos MEI		
Código	Descrição	Total	Masculino	Feminino
<b>Total Geral</b>		<b>810</b>	<b>470</b>	<b>340</b>
0161001	Serviço de pulverização e controle de pragas agrícolas	1	1	0
1052000	Fabricação de laticínios	3	1	2
1092900	Fabricação de biscoitos e bolachas	1	0	1
1093701	Fabricação de produtos derivados do cacau e de chocolates	1	0	1
1093702	Fabricação de frutas cristalizadas, balas e semelhantes	1	0	1
1095300	Fabricação de especiarias, molhos, temperos e condimentos	1	1	0
1096100	Fabricação de alimentos e pratos prontos	2	2	0
1099699	Fabricação de outros produtos alimentícios não especificados anteriormente	1	1	0
1340501	Estamparia e texturização em fios, tecidos, artefatos têxteis e peças do vestuário	1	1	0
1340599	Outros serviços de acabamento em fios, tecidos, artefatos têxteis e peças do vestuário	1	0	1
1351100	Fabricação de artefatos têxteis para uso doméstico	2	1	1
1352900	Fabricação de artefatos de tapeçaria	4	2	2
1411801	Confecção de roupas íntimas	1	0	1
1412601	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas e as confeccionadas sob medida	17	2	15
1412602	Confecção, sob medida, de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	12	2	10
1412603	Facção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	10	2	8

CNAE		Quantitativos MEI		
Código	Descrição	Total	Masculino	Feminino
1413403	Facção de roupas profissionais	1	0	1
1529700	Fabricação de artefatos de couro não especificados anteriormente	2	2	0
1539400	Fabricação de calçados de materiais não especificados anteriormente	1	0	1
1622699	Fabricação de outros artigos de carpintaria para construção	1	1	0
1629301	Fabricação de artefatos diversos de madeira, exceto móveis	6	4	2
1813001	Impressão de material para uso publicitário	1	1	0
1813099	Impressão de material para outros usos	1	1	0
2330399	Fabricação de outros artefatos e produtos de concreto, cimento, fibrocimento, gesso e materiais semelhantes	3	3	0
2391503	Aparelhamento de placas e execução de trabalhos em mármore, granito, ardósia e outras pedras	1	0	1
2512800	Fabricação de esquadrias de metal	1	1	0
2542000	Fabricação de artigos de serralheria, exceto esquadrias	13	12	1
2599399	Fabricação de outros produtos de metal não especificados anteriormente	1	0	1
3101200	Fabricação de móveis com predominância de madeira	6	4	2
3212400	Fabricação de bijuterias e artefatos semelhantes	1	0	1
3299003	Fabricação de letras, letreiros e placas de qualquer material, exceto luminosos	3	3	0
3314707	Manutenção e reparação de máquinas e aparelhos de refrigeração e ventilação para uso industrial e comercial	2	2	0
3319800	Manutenção e reparação de equipamentos e produtos não especificados anteriormente	2	2	0
3329501	Serviços de montagem de móveis de qualquer material	3	2	1
3811400	Coleta de resíduos não-perigosos	1	0	1

CNAE		Quantitativos MEI		
Código	Descrição	Total	Masculino	Feminino
3831901	Recuperação de sucatas de alumínio	1	1	0
4321500	Instalação e manutenção elétrica	13	10	3
4322302	Instalação e manutenção de sistemas centrais de ar condicionado, de ventilação e refrigeração	6	6	0
4329101	Instalação de painéis publicitários	1	0	1
4330404	Serviços de pintura de edifícios em geral	18	18	0
4330405	Aplicação de revestimentos e de resinas em interiores e exteriores	3	3	0
4330499	Outras obras de acabamento da construção	2	2	0
4399103	Obras de alvenaria	35	34	1
4399199	Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	1	1	0
4520001	Serviços de manutenção e reparação mecânica de veículos automotores	14	14	0
4520002	Serviços de lanternagem ou funilaria e pintura de veículos automotores	6	6	0
4520003	Serviços de manutenção e reparação elétrica de veículos automotores	4	3	1
4520005	Serviços de lavagem, lubrificação e polimento de veículos automotores	8	8	0
4520006	Serviços de borracharia para veículos automotores	9	9	0
4520007	Serviços de instalação, manutenção e reparação de acessórios para veículos automotores	9	8	1
4530703	Comércio a varejo de peças e acessórios novos para veículos automotores	11	8	3
4530704	Comércio a varejo de peças e acessórios usados para veículos automotores	1	1	0
4541205	Comércio a varejo de peças e acessórios para motocicletas e motonetas	4	3	1

CNAE		Quantitativos MEI		
Código	Descrição	Total	Masculino	Feminino
4543900	Manutenção e reparação de motocicletas e motonetas	3	3	0
4712100	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	43	17	26
4713002	Lojas de variedades, exceto lojas de departamentos ou magazines	4	2	2
4721102	Padaria e confeitaria com predominância de revenda	3	2	1
4721103	Comércio varejista de laticínios e frios	4	4	0
4721104	Comércio varejista de doces, balas, bombons e semelhantes	4	3	1
4722901	Comércio varejista de carnes - açougues	12	6	6
4723700	Comércio varejista de bebidas	12	7	5
4724500	Comércio varejista de hortifrutigranjeiros	3	2	1
4729699	Comércio varejista de produtos alimentícios em geral ou especializado em produtos alimentícios não especificados anteriormente	9	4	5
4732600	Comércio varejista de lubrificantes	2	2	0
4742300	Comércio varejista de material elétrico	1	1	0
4743100	Comércio varejista de vidros	1	0	1
4744099	Comércio varejista de materiais de construção em geral	1	0	1
4753900	Comércio varejista especializado de eletrodomésticos e equipamentos de áudio e vídeo	10	7	3
4754701	Comércio varejista de móveis	2	1	1
4754702	Comércio varejista de artigos de colchoaria	5	4	1
4755502	Comercio varejista de artigos de armarinho	7	1	6
4755503	Comercio varejista de artigos de cama, mesa e banho	6	5	1
4757100	Comércio varejista especializado de peças e acessórios para aparelhos eletroeletrônicos para uso doméstico,	3	3	0

CNAE		Quantitativos MEI		
Código	Descrição	Total	Masculino	Feminino
	exceto informática e comunicação			
4759899	Comércio varejista de outros artigos de uso doméstico não especificados anteriormente	2	0	2
4763601	Comércio varejista de brinquedos e artigos recreativos	2	2	0
4763603	Comércio varejista de bicicletas e triciclos; peças e acessórios	2	2	0
4772500	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	13	6	7
4781400	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	83	27	56
4782201	Comércio varejista de calçados	2	0	2
4783101	Comércio varejista de artigos de joalheria	1	0	1
4784900	Comércio varejista de gás liquefeito de petróleo (GLP)	1	1	0
4785799	Comércio varejista de outros artigos usados	3	2	1
4789001	Comércio varejista de suvenires, bijuterias e artesanatos	5	1	4
4789002	Comércio varejista de plantas e flores naturais	3	1	2
4789004	Comércio varejista de animais vivos e de artigos e alimentos para animais de estimação	2	1	1
4789005	Comércio varejista de produtos saneantes domissanitários	7	6	1
4789099	Comércio varejista de outros produtos não especificados anteriormente	4	3	1
4923001	Serviço de táxi	9	9	0
4929901	Transporte rodoviário coletivo de passageiros, sob regime de fretamento, municipal	1	1	0
4930201	Transporte rodoviário de carga, exceto produtos perigosos e mudanças, municipal	10	8	2
4930202	Transporte rodoviário de carga, exceto produtos perigosos e mudanças, intermunicipal, interestadual e	2	2	0

CNAE		Quantitativos MEI		
Código	Descrição	Total	Masculino	Feminino
	internacional			
5590603	Pensões (alojamento)	3	1	2
5611201	Restaurantes e similares	5	2	3
5611202	Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas	13	8	5
5611203	Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares	41	19	22
5612100	Serviços ambulantes de alimentação	12	6	6
5620102	Serviços de alimentação para eventos e recepções - bufê	1	1	0
5620103	Cantinas - serviços de alimentação privativos	1	0	1
5620104	Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar	9	3	6
5819100	Edição de cadastros, listas e outros produtos gráficos	3	2	1
6399200	Outras atividades de prestação de serviços de informação não especificadas anteriormente	2	2	0
6920601	Atividades de contabilidade	6	6	0
7319002	Promoção de vendas	7	5	2
7319003	Marketing direto	3	1	2
7319099	Outras atividades de publicidade não especificadas anteriormente	11	9	2
7420001	Atividades de produção de fotografias, exceto aérea e submarina	4	4	0
7420004	Filmagem de festas e eventos	1	0	1
7721700	Aluguel de equipamentos recreativos e esportivos	2	1	1
7722500	Aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares	4	4	0
7723300	Aluguel de objetos do vestuário, jóias e acessórios	3	1	2

CNAE		Quantitativos MEI		
Código	Descrição	Total	Masculino	Feminino
7729202	Aluguel de móveis, utensílios e aparelhos de uso doméstico e pessoal; instrumentos musicais	5	2	3
7739003	Aluguel de palcos, coberturas e outras estruturas de uso temporário, exceto andaimes	1	0	1
7739099	Aluguel de outras máquinas e equipamentos comerciais e industriais não especificados anteriormente, sem operador	1	0	1
7911200	Agências de viagens	1	1	0
7990200	Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente	1	0	1
8122200	Imunização e controle de pragas urbanas	1	1	0
8130300	Atividades paisagísticas	4	4	0
8219901	Fotocópias	1	1	0
8230001	Serviços de organização de feiras, congressos, exposições e festas	6	3	3
8230002	Casas de festas e eventos	3	1	2
8291100	Atividades de cobrança e informações cadastrais	1	0	1
8299707	Salas de acesso à internet	6	4	2
8299799	Outras atividades de serviços prestados principalmente às empresas não especificadas anteriormente	2	2	0
8592903	Ensino de música	3	2	1
8593700	Ensino de idiomas	2	1	1
8599603	Treinamento em informática	1	1	0
8599604	Treinamento em desenvolvimento profissional e gerencial	2	0	2
8599699	Outras atividades de ensino não especificadas anteriormente	1	0	1
9001902	Produção musical	3	2	1

CNAE		Quantitativos MEI		
Código	Descrição	Total	Masculino	Feminino
9511800	Reparação e manutenção de computadores e de equipamentos periféricos	6	5	1
9512600	Reparação e manutenção de equipamentos de comunicação	2	2	0
9521500	Reparação e manutenção de equipamentos eletroeletrônicos de uso pessoal e doméstico	6	6	0
9529101	Reparação de calçados, bolsas e artigos de viagem	1	1	0
9529102	Chaveiros	1	1	0
9529104	Reparação de bicicletas, triciclos e outros veículos não-motorizados	5	4	1
9529105	Reparação de artigos do mobiliário	1	1	0
9601701	Lavanderias	2	0	2
9602501	Cabeleireiros	46	13	33
9602502	Outras atividades de tratamento de beleza	20	0	20
9609203	Alojamento, higiene e embelezamento de animais	1	1	0
9609299	Outras atividades de serviços pessoais não especificadas anteriormente	1	1	0

APÊNDICE C\_ Questionário

**FACULDADE ALVES FARIA ( ALFA)**  
**MESTRADO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL**  
**Denisa André de Oliveira**

## QUESTIONÁRIO SOBRE A MICROEMPREENDEDORA INDIVIDUAL DE SÃO LUÍS DE MONTES BELOS

### 1. IDENTIFICAÇÃO PESSOAL

1.1 NOME: \_\_\_\_\_

1.2 ESTADO CIVIL: \_\_\_\_\_

1.3 NÚMERO DE FILHOS: \_\_\_\_\_

1.4 TEMPO EM QUE RESIDE EM SÃO LUÍS DE MONTES BELOS: \_\_\_\_\_

1.5 BAIRRO ONDE RESIDE: \_\_\_\_\_

### 2. IDENTIFICAÇÃO PROFISSIONAL

2.1 Qual a natureza do seu empreendimento?

\_\_\_\_\_

2.2 O que a motivou a montar o seu empreendimento?

\_\_\_\_\_

2.3 O fato de ser mulher influenciou na sua decisão de abrir o seu empreendimento?

\_\_\_\_\_

2.4 Qual a sua idade?

- Até 20 anos
- De 21 à 30 anos
- De 31 à 40 anos
- De 41 à 50 anos
- Acima de 51 anos

\_ E o seu nível de escolaridade?

- Ensino Fundamental
- Ensino Médio (cursando)
- Ensino Médio (completo)
- Ensino Superior (cursando)
- Ensino Superior (completo)
- Curso Técnico

2.5 O seu nível de escolaridade ajudou ou dificultou a gestão do seu empreendimento?

Explique.

---

---

2.6 Você buscou alguma qualificação ou educação continuada para a gestão de seu empreendimento?

---

---

2.7 Que benefícios motivaram a formalização como microempreendedora individual?

- Direitos previdenciários
- Possibilidade de emissão de nota fiscal e comprovação de renda
- Facilidades no acesso ao crédito e financiamentos
- Redução dos impostos e redução nas obrigações acessórias exigidas

2.8 Como está estruturado o seu empreendimento (pessoas envolvidas e local de suas atividades)?

---

---

2.9 Como você participa da condução das atividades do seu empreendimento, incluindo relacionamento com clientes, colaboradores, fornecedores, comunidades e parceiros?

---

---

2.10 Você encontrou desafios na condução do seu empreendimento? Quais?

---

---

2.11 Existe algum aspecto em seu empreendimento que precisa ser melhorado?

---

2.12 Quais são os próximos passos para assegurar o futuro do seu empreendimento (planos e metas)?

---

---

2.13 Em sua opinião, o que é preciso fazer para ter sucesso como microempREENDEDORA?

---

---