

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE GESTÃO
ADMINISTRAÇÃO

PEDRO PAULO SILVA GUEDES

ESTUDO SOBRE OS IMPACTOS OU CONTRIBUIÇÕES DA
IMPLEMENTAÇÃO DA LEI DO MICROEMPREENDEDOR
INDIVIDUAL NA CIDADE DE TACAIMBÓ-PE

CARUARU
2016

PEDRO PAULO SILVA GUEDES

ESTUDO SOBRE OS IMPACTOS OU CONTRIBUIÇÕES DA
IMPLEMENTAÇÃO DA LEI DO MICROEMPREENDEDOR
INDIVIDUAL NA CIDADE DE TACAIMBÓ-PE

Trabalho apresentado à Coordenação do Curso de Graduação em Administração, da Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, como requisito parcial para aprovação na disciplina Trabalho de Conclusão de Curso.
Orientadora: Dra. Alane Alves Silva

CARUARU
2016

Catálogo na fonte:
Bibliotecária – Marcela Porfírio CRB/4 - 1878

G924e Guedes, Pedro Paulo Silva.
Estudo sobre os impactos ou contribuições da implementação da Lei do
Microempreendedor Individual na cidade de Tacaimbó – PE. / Pedro Paulo Silva Guedes.
– 2016.
57f. ; 30 cm.

Orientadora: Alane Alves Silva.
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de
Pernambuco, Administração, 2016.
Inclui Referências.

1. Empreendedores. 2. Empreendedorismo – Tacaimbó. 3. Empresas individuais –
Legislação. I. Silva, Alane Alves (Orientadora). II. Título.

658 CDD (23. ed.)

UFPE (CAA 2016-349)

PEDRO PAULO SILVA GUEDES

ESTUDO SOBRE OS IMPACTOS OU CONTRIBUIÇÕES DA
IMPLEMENTAÇÃO DA LEI DO MICROEMPREENDEDOR
INDIVIDUAL NA CIDADE DE TACAIMBÓ-PE

Este trabalho foi julgado adequado e aprovado para a obtenção do título de graduação
em Administração da Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do
Agreste

Caruaru, 14 de dezembro de 2016

Prof. Dr Cláudio José Montenegro de Albuquerque
Coordenador do Curso de Administração

BANCA EXAMINADORA:

Prof^ª. Dr^ª. Alane Alves Silva
Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste
Orientadora

Prof^ª. Dr^ª. Cristiane Salomé Ribeiro Costa
Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste
Banca

Prof. M.Sc. Mario Rodrigues dos Anjos Neto
Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste
Banca

DEDICATÓRIA

Queria poder entregar esse projeto nas mãos da tia que eu mais amei, da minha “segunda mãe”, que não está mais presente fisicamente, mas consegue, até hoje, me orientar e me guiar pelo caminho certo, como sempre fez. TIA DOLORES, toda vez que falei que a senhora não era minha tia preferida, foi porque sempre lhe coloquei na minha vida como uma mãe, não como uma tia. À senhora eu dedico esse trabalho.

AGRADECIMENTOS

À minha mãe, professora de história, que vive para os filhos, meus agradecimentos nunca serão suficientes para compensar toda sua dedicação na minha vida. Devo a ela minha eterna gratidão! Ao meu pai, que possui apenas o ensino fundamental, mas que nunca precisou ter um grau de escolaridade maior que esse para me mostrar o quão importante é o papel de pai na vida de um filho. A importância deles na minha vida foi, é e sempre será fundamental.

Agradeço também, toda orientação que recebi do meu irmão Aduino, que sempre foi meu espelho. À minha irmã Paula, que tem uma parcela de contribuição importante em toda minha vida acadêmica.

Preciso reconhecer toda influência que Eunice teve nessa trajetória. Sua dedicação como mãe, dona de casa e esposa, foi fundamental para que eu conseguisse concluir com êxito esse projeto. Eunice, nunca conseguirei retribuir todo o seu esforço, mas tentarei ser, no mínimo, tão forte quanto você. Obrigado por assumir, também, o papel de 'Pai' com a nossa filha Helena. Mesmo que eu escrevesse 10 páginas de agradecimento a você, ainda seria pouco.

Aos amigos que conquistei na Universidade, Albertino Neto (Betinho), Alisson Alexandre, Hytalo Augusto e Leandro Rafael, esse último, agora, Padrinho da minha filha. Muito obrigado por terem sido tão presentes e verdadeiros, me mostrando como uma verdadeira amizade pode ser tão importante, em todos os momentos.

Agradeço também aos professores do Curso de Administração, que conseguiram influenciar diretamente na minha formação. Coloco Alane, minha orientadora e amiga, como a principal força que eu encontrei nesse trabalho. Jamais conseguirei agradecer totalmente tudo o que ela fez por mim, jamais esquecerei sua dedicação, sua paciência e todo o foco que ela colocou nesse projeto. Obrigado, minha amiga!

Finalizo meus agradecimentos, declarando que tudo que conquistei até hoje é obra da ação de Papai do Céu na minha vida. Não tem como não agradecer tudo de bom que ele vem me proporcionando. Obrigado, Deus!

RESUMO

O Governo Federal, por meio do projeto do MEI (Microempreendedor Individual) de Lei Complementar nº 128 de 2008, pretende, entre outros aspectos, solucionar o problema da informalidade brasileira. Neste contexto, a finalidade da elaboração desta pesquisa foi apresentar alguns conceitos relevantes para a compreensão desse projeto. A referida Lei, tem por finalidade, proporcionar a relevância das pequenas e medias empresas na atual conjuntura social e econômica, sendo de uma importância para a contribuição do crescimento do país. A presente pesquisa, tem como objetivo geral, verificar de que maneira a utilização do MEI contribui para o desenvolvimento econômico do município de Tacaimbó-PE. Para tanto, utilizou-se no trabalho, a metodologia descritiva, bibliográfica, exploratória, documental e de levantamento de dados. Para alcançar o objetivo desse estudo, realizou-se uma pesquisa de campo com entrevistas com 30 pequenos empreendedores que atuam no comércio local da cidade. Concluiu-se, portanto, que os empreendedores individuais se sentem beneficiados pelo fato de possuírem maior segurança fiscal, segurança previdenciária com os benefícios do INSS, poderem emitir nota fiscal, o que, conseqüentemente, aumentou o número de clientes e melhorou a negociações com fornecedores, possibilitando o crescimento das empresas pesquisadas.

Palavras-chave: Empreendedor Individual. Formalidade. Empreendedorismo. Lei Complementar 128/2008. Tacaimbó-PE.

ABSTRACT

The Federal Government, through the MEI (Individual Microentrepreneur) project of Complementary Law 128 of 2008, intends, among other aspects, to solve the problem of Brazilian informality. In this context, the purpose of this research was to present some concepts relevant to the understanding of this project. The purpose of said Law is to provide the relevance of small and medium-sized enterprises in the current social and economic situation, being of importance for the contribution of the country's growth. The present research has the general objective of verifying how the use of MEI contributes to the economic development of the municipality of Tacaimbó-PE. For that, the descriptive, bibliographic, exploratory, documentary and data collection methodology was used in the work. To reach the objective of this study, a field survey was conducted with interviews with 30 small entrepreneurs who work in the local commerce of the city. It was concluded, therefore, that individual entrepreneurs feel benefited by the fact that they have greater fiscal security, social security with INSS benefits, can issue invoices, which consequently increased the number of clients and improved negotiations with suppliers, making possible the growth of the companies surveyed.

Keywords: Individual Entrepreneur. Formality. Entrepreneurship. Complementary Law 128/2008. Tacaimbó-PE.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 5.2.1: Perfil do Respondente por Gênero.....	39
Figura 5.2.2: Há quanto tempo o (a) senhor (a) trabalha nessa atividade?	43
Figura 5.2.3: Quantos familiares trabalham ou colaboram no seu negócio?	45
Figura 5.2.4: O (a) senhor (a) pretende, nos próximos anos, expandir o seu negócio, deixando de ser um EI para se tornar uma Microempresa?	48

LISTA DE QUADROS

Quadro 2.2.1: Tipologia do Empreendedor na perspectiva de Vésper (1980).....	21
Quadro 2.2.2: Tipologia de Empreendedor na perspectiva de Miner (1996)	22
Quadro 2.2.3: Tipologia do Empreendedor na perspectiva de Fillion (1999)	23
Quadro 5.1.1: MEI Tacaimbó	38

LISTA DE TABELAS

Tabela 4.4.1: MEI entre 2010-2015	36
Tabela 5.2.1: Perfil do respondente por idade.....	40
Tabela 5.2.2: Perfil do respondente por grau de escolaridade	41
Tabela 5.2.3: Como tomou conhecimento do MEI?	41
Tabela 5.2.4: Qual era a principal ocupação antes de se registrar como MEI?	42
Tabela 5.2.5: Qual a categoria de atividade da empresa?	44
Tabela 5.2.6: Qual foi o motivo para o (a) senhor (a) ter se registrado como MEI?	45
Tabela 5.2.7: Após o registro como EI, o que aconteceu com as vendas do negócio?... ..	46
Tabela 5.2.8: Como o (a) senhor (a) se formalizou como MEI?.....	47

LISTA DE ABREVIATURAS

MEI – Microempreendedor Individual

LC – Lei Complementar

GEM - Global Entrepreneurship Monitor

EI – Empreendedor Individual

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 - INTRODUÇÃO	14
1.1 Introdução	14
1.2 Objetivo	15
1.2.1 Objetivo Geral	15
1.2.2 Objetivos Específicos	15
1.3 Justificativa	16
1.4 Estrutura	17
CAPÍTULO 2 – EMPREENDEDORISMO	18
2.1 Introdução	18
2.2 Tipos de Empreendedor	21
2.3 Empreendedorismo No Brasil	24
CAPÍTULO 3 – MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL	27
3.1 Formalidade X Informalidade	29
3.2 Impactos Da Lei	30
CAPÍTULO 4 – ENFOQUE ETODOLÓGICO	32
4.1 Classificação da Pesquisa	32
4.2 Universo e Amostra	33
4.3 Procedimento de Coleta e Análise De Dados	34
4.4 Tacaimbó	35
CAPÍTULO 5 - ANÁLISE DOS DADOS	37
5.1 População Estudada	37
5.2 Descrição Da Amostra	39
CAPÍTULO 6 – CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E SUGESTÕES	50

6.1 Conclusões	50
6.2 Limitações e Sugestões	51
REFERÊNCIAS	52
APÊNDICE	54

CAPITULO 1 – INTRODUÇÃO

1.1 Introdução

Para Fleck (2009), as pesquisas acadêmicas na área de empreendedorismo cresceram bastante nas últimas décadas. Para os investigadores desta área, o empreendedor é um elemento importante a ser estudado no contexto da mudança organizacional, pois suas características comportamentais também podem ser alteradas pela transformação do ambiente.

A decisão de tornar-se um empreendedor pode ocorrer por várias razões, sejam fatores externos, ambientais, sociais, por aptidões pessoais, ou mesmo uma somatória de parte ou de todos esses fatores em conjunto, que são fundamentais para o crescimento de um novo negócio.

Para Dornelas (2008), o termo Empreendedorismo tem despertado discussões no tocante a abertura de pequenos negócios, pois muitos ficam na economia informal, motivados pela falta de crédito, pelo excesso de impostos e pelas altas taxas de juros. Diante do exposto, o Governo tem criado programas específicos voltados ao público empreendedor.

Segundo Tavares (2010) e Pereira (2010), existe interesse dos empreendedores e urgência do poder público em se engajar no esforço de orientação e mobilização para disseminar a formalização por todo o país. E o objetivo do Governo é estimular a legalização dos empreendedores informais no intuito de se tornarem Empreendedores Individuais e, para este fim, foi criado o programa do MEI (Microempreendedor Individual), através da lei Complementar nº 128/2008.

A partir dos benefícios concedidos pelo governo, como estratégia de atração de trabalhadores autônomos para buscarem a formalização ficou evidente que o número de formalizações amplia-se cada vez mais, pois de fato, a garantia de uma previdência social, a abertura para a realização de empréstimos, e outros benefícios a partir de um valor reduzido de impostos desperta nos trabalhadores o interesse por estar inserido na

categoria denominada de MEI, portanto, é bastante relevante esta discussão porque as demandas que são geradas conseqüentemente ampliam-se também, e a expansão desses números aponta que possivelmente pela falta de informação a respeito de tais benefícios, mantém ainda fora do MEI uma quantidade considerável de empreendedores informais.

Desse modo, é visível a preocupação do governo com os empreendedores informais, visto que, continuando na informalidade, é pouco vantajoso para ambas as partes. Segundo o SEBRAE (2012), o objetivo da Lei Complementar nº 128/2008 “é dar cidadania empresarial a milhões de brasileiros que vivem na informalidade”.

Esta pesquisa se propõe a verificar de que maneira o MEI contribui para o desenvolvimento econômico do município de Tacaimbó-PE e se justifica de forma relevante por ser um tema atual e de importância no âmbito empresarial, social e econômico. Para tanto, utilizou-se no trabalho, a metodologia descritiva, bibliográfica, exploratória, documental e de levantamento de dados.

As próximas seções deste estudo, contemplam os objetivos geral e específicos, o referencial teórico do tema abordado, as metodologias adotadas na pesquisa, bem como as análises e discussões dos resultados obtidos e, por fim, apresenta-se as considerações finais.

1.2 Objetivo

1.2.1 Objetivo Geral

Este trabalho tem por objetivo verificar de que maneira a utilização do MEI contribui para o desenvolvimento econômico do município de Tacaimbó-PE.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Revisão da literatura (Empreendedorismo, MEI, etc....);
- b) Observar a opinião dos microempreendedores no município de Tacaimbó acerca de questões relacionadas a formalização; e

- c) Confrontar a opinião dos microempreendedores formais com a realidade do programa.

1.3 Justificativa

A cidade de Tacaimbó apresenta cerca de 74 empresas registradas como MEI, 35 são do segmento de Comércio, segundo a RAIS 2015, e convive com uma representação considerável de empresas não legalizadas. Não há estudos sobre o comércio local, muito menos sobre o que diz respeito às condições que abrangem o tema do Microempreendedor Individual, não há meios de comunicação que façam os empresários se aprofundar no assunto do Empreendedorismo e, conseqüentemente, entender tudo o que envolve os meios formais de comercialização.

São muitas as empresas que existem de forma ilegal, por inúmeros motivos, e que acabam perdendo as condições que a legalização pode proporcionar para o seu negócio e para o município. Este, por sua vez, acaba não arrecadando e sofrendo com a baixa captação de recurso próprios.

Conforme objetivo geral desse estudo, a aplicação da Lei do MEI no município de Tacaimbó servirá de base inicial para se conseguir identificar os impactos causados na economia local por conta do processo de formalização das empresas.

A escolha do tema partiu de um desejo particular de realizar um trabalho que pudesse contribuir, a critério de esclarecimento, para os comerciantes da minha cidade natal. Acredito que a aplicação desse estudo poderá contribuir para o desenvolvimento do comércio local, dando suporte teórico aos empresários que lá estão inseridos. Minha satisfação será ver o uso das informações prestadas nesse trabalho e a aplicação de todo conteúdo abordado nele.

1.4 Estrutura

Este estudo é composto por 6 capítulos. O Capítulo 1, intitulado Introdução, apresenta todo um histórico sobre o projeto, bem como os Objetivos e Justificativa do presente estudo.

O Capítulo 2, fala do conceito de Empreendedorismo, no entendimento de vários autores especialistas no tema, dos Tipos de Empreendedor e do Empreendedorismo no Brasil.

O Capítulo 3, nos traz o entendimento da Lei do Microempreendedor Individual no Brasil, bem como da relação entre Formalidade x Informalidade e os Impactos da Lei.

No capítulo 4, é apresentada a Metodologia utilizada neste estudo: A Classificação da pesquisa, o Universo da Amostra, os procedimentos que serão utilizados da Coleta de Dados e um resumo sobre a cidade de Tacaimbó.

O Capítulo 5, é sobre a Análise de Dados: a População Estudada e a Descrição da Amostra. E, finalizando, o capítulo 6 é destinado Às Conclusões, Limitações e Sugestões deste estudo.

CAPITULO 2 – EMPREENDEDORISMO

2.1 Introdução

O empreendedorismo vem se desenvolvendo no Brasil de forma cada vez mais consistente. É uma condição econômica que ganha espaço em um mercado cada vez mais concorrido, no qual as empresas são incentivadas por grandes instituições.

O movimento do Empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de *Software*) foram criadas. (DORNELAS, 2008, P. 10.)

Antes disso, o empreendedor era praticamente desconhecido, as pequenas empresas sofriam com os problemas políticos e econômicos do país e eram totalmente limitadas.

Conforme Dornelas (2008, p. 22), “Empreendedorismo é o movimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades.” O autor afirma também que “O empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados.” (2008, p. 23)

A atitude empreendedora tem sido o foco principal em várias pesquisas e em muitos estudos, principalmente daqueles que relacionam o empreendedorismo ao crescimento regional. (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009). Com isso, o Governo tem criado condições, investindo recursos e esforços, para que se promova o comportamento empreendedor, postura que também tem atraído a atenção e o interesse de instituições privadas e universidades em qualificar de pessoas interessadas em ter seu próprio negócio.

Hisrich e Peters (2008) afirmam ainda o seguinte:

Em quase todas as definições de empreendedorismo, é de comum acordo que o empreendedor reúne características de comportamento como, por exemplo, tomar iniciativa, organizar e reorganizar mecanismos sociais e econômicos com o objetivo de transformar recursos e situações para proveito prático, e, por fim, assumir o risco do sucesso ou do fracasso. (HISRICHE PETERS, 2004, p.29 *Apud* CAVALCANTI, 2008, p. 3)

São condições particulares que caracterizam uma postura inovadora, eficaz e com potencial de sucesso. Tais características estão cada vez mais evidentes em ambientes competitivos onde a postura ideal ganhará sempre destaque.

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 sempre busca inovações e enxerga os riscos futuros com responsabilidades, tem uma visão ampla das oportunidades e se prepara para a competitividade.

Para Fillion (2000), “o empreendedor é alguém que imagina, desenvolve e realiza suas visões”. Ele assume posturas adaptáveis ao ambiente que está inserido, com atitudes equivalentes aos seus ideais.

Tachizawa e Faria (2004), por sua vez, citam que “empreendedores são pessoas que fazem diferença, realizam, que fazem acontecer, que desenvolvem sua capacidade de superar limites”. Deixando claro que o empreendedor pode se superar e promover qualquer situação que venha colocá-lo de frente com seus objetivos.

Ganhar a confiança, respeito e oportunidade acima de tudo, é o que as ações de um empreendedor lhe proporcionarão. “O empreendedor é alguém capaz de desenvolver uma visão, mas não só. Deve saber persuadir terceiros, sócios, colaboradores, investidores, convencê-los de que sua visão poderá levar todos a uma situação confortável no futuro” (DOLABELA 2008, p. 61).

Conforme Dornelas (2001), basicamente todo empreendedor precisa ser um bom administrador para tomar posições adequadas. Sobretudo, nem todos os administradores têm as desenvolvimentos e aspirações necessárias aos empreendedores. Por mais que o administrador seja eficaz em seu trabalho, o empreendedor consegue mostrar algo a mais, tem uma visão mais abrangente e tem algumas características diferentes não compatíveis com as de um administrador tradicional.

Identificam-se várias definições de empreendedor, mas de forma geral, o empreendedor pode ser definido como alguém que faz diferente, é criativo, assume

riscos, busca oportunidades, acrescenta com ideias e visões de oportunidades, está sempre inovando e foca nos objetivos futuros.

Filion afirma que:

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 realização do mercado, conhecedor de informações seguras e objetivas. Além disso, colocam em prática as inovações desejadas. (1999, p. 214)

Essas são algumas das funções do empreendedor apresentadas pelo autor.

É importante compreender também que a criação de empresas por si só não leva exatamente ao desenvolvimento econômico, a não ser que esses negócios tenham um objetivo focado nas oportunidades de mercado.

Segundo Dornelas, existem duas definições para empreendedorismo.

A primeira seria o empreendedorismo de oportunidade, em que o empreendedor visionário sabe aonde quer chegar, cria uma empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento que quer buscar para a empresa e visa à geração de lucros, empregos e riqueza. Está totalmente ligado ao desenvolvimento econômico, com forte correlação entre os dois fatores. A segunda definição seria o empreendedorismo de necessidade, em que o candidato a empreendedor se aventura na jornada empreendedora mais por falta de opção, por estar desempregado e não ter alternativas de trabalho. (2008, p. 13).

Para cada empreendedor, no Brasil, por necessidade, há dois atuando por oportunidade. Dos que empreendem por oportunidade, 43% buscam a independência na atividade profissional e 35% almejam um aumento na renda (GEM, 2010).

Deste modo, é possível compreender que o sucesso de um negócio empreendedor está inteiramente ligado ao planejamento prévio de uma oportunidade identificada e que o desenvolvimento econômico acompanha a eficácia adquirida através de ações inovadoras e consistentes, com foco na objetividade das informações.

2.2 Tipos de Empreendedor

Um dos primeiros autores a refletir sobre a atividade empresarial foi Schumpeter (1997), em sua obra “Teoria do Desenvolvimento Econômico”. O autor considera o empreendedor com aquele capaz de inovar e fugir da ordem, de acrescentar novos produtos e serviços pela criação de formas de organização ou pela exportação de novos recursos, identificador de oportunidades no mercado, promovendo o desenvolvimento e o crescimento econômico.

Dornelas (2008), afirma que a identificação do empreendedor como um indivíduo que possui características inovadoras, que transforma conhecimento e bens em novos produtos, pode ter se tornado algo prático para sociedade.

Nesse sentido, buscando proporcionar uma visão mais abrangente da relação entre as características comportamentais de empreendedores com a perspectiva teórica sobre tipologia, apresenta-se a primeira tipologia abordada neste estudo. Desenvolvida por Vesper (1980), esta tipologia apresenta 6 categorias e tem como foco a forma de atuação dos empreendedores.

Quadro 2.2.1: Tipologia do Empreendedor na perspectiva de Vésper (1980)

Tipo de Empreendedor	Características Comportamentais
Autônomo	Executam seus serviços pessoalmente, baseando-se em habilidade técnica.
Formador de Equipes	Contratam outras pessoas e delegam tarefas, formando equipes, percebendo uma possível vantagem na expansão do negócio.
Inovador Independente	Criadores de novos produtos, que criariam empresas para desenvolvê-los.
Multiplicador de Padrão	Reconhecem um negócio, passível de ser multiplicado visando a obter lucro.
Explorador de Economia de Escala	Criam seus negócios baseados em preços menores obtidos devido à economia de escala, localização em áreas mais baratas e/ou com impostos menores.
Agregador de Capital	Captam recursos de diversas fontes para bancar a operação de bancos,

Fonte: adaptado de Vésper (1980)

A segunda tipologia utilizada foi desenvolvida por Miner (1996), a partir das pesquisas de Collins e Moore (1965) e de Smith (1967), a qual sustenta a ideia de que existe relação direta entre a personalidade do indivíduo e o potencial para o sucesso empresarial. O autor desenvolveu um estudo com 100 empreendedores aplicando testes psicológicos e questionários, que resultaram em uma classificação de 4 tipos de empreendedores.

Quadro 2.2.2: Tipologia do Empreendedor na perspectiva de Miner (1996)

Tipo de Empreendedor	Características Comportamentais
Empreendedor Pessoal	Procura ser bom em tudo o que faz, possui iniciativa e comprometimento com a organização, procura trabalhar baseado no planejamento de objetivos pessoais.
Especialista Gerador de Ideia	Busca a inovação, procura atingir as estratégias da empresa através de novos produtos, novos nichos e novos processos. Possui um bom grau de inteligência, desejo por ideias e tenta não correr risco.
Empático Supervendedor	Acredita que a via adequada para o sucesso empresarial é a força das vendas, leva em consideração os processos sociais, o bom relacionamento com os indivíduos, procura compreendê-los
Verdadeiro Gestor	É aquele que procura se adaptar para gerir um cargo de alta chefia, tem o desejo de poder, relaciona-se de maneira satisfatória com as autoridades, busca a competição empresarial, além de possuir uma boa capacidade decisória.

Fonte: adaptado de Miner (1996)

A terceira tipologia, definida por Fillion (1999), tem como foco proprietários-gerentes de pequenas empresas. O resultado de sua pesquisa apresenta a identificação de seis tipos diferentes de empreendedores, os quais são apresentados no quadro 2.2.3.

Quadro 2.2.3: Tipologia do Empreendedor na perspectiva de Filion (1999)

Tipo de Empreendedor	Características Comportamentais
Lenhador	Caracteriza-se por gostar de fazer as coisas, sente-se como se estivesse perdendo tempo quando têm de falar com pessoas, enquanto o empregador prefere as pessoas que trabalham durante muitas horas como ele mesmo, sendo que a cultura organizacional do seu empreendimento está voltada para a produção.
Sedutor	Entrega-se de maneira completa e emocional aos negócios, mas seu entusiasmo nunca dura muito. Cria negócios e logo os vende, gosta que as coisas aconteçam rapidamente. Procura onde e como ter lucros com o menor esforço possível.
Jogador	Percebe o esporte e o lazer como elemento vital em sua vida. Considera a empresa um suporte financeiro, um meio de ganhar o suficiente para fazer o que realmente quer. Opta por campos de atuação sazonais. Não está de maneira absoluta comprometido emocionalmente com o negócio.
<i>Hobbysta</i>	Dedica toda a sua energia e o tempo livre aos negócios. Frequentemente possui outro emprego oficial, mas só o mantém como um apoio financeiro para seu negócio. O negócio é seu hobby. É nele que vê a possibilidade de auto-realização, assim investe todos os recursos para desenvolvê-lo.
Convertido	Procura alguma coisa com que se realize, quando encontra o que buscava, sua vida gira em torno dessa descoberta. Prefere ver a si mesmo como uma pessoa particularmente superior, ao invés de ver os resultados, gostam de estar no controle, por isso têm dificuldade de delegar até que a outra pessoa prove merecer confiança.
Missionário	Conhece muito bem o produto e o mercado. Leva em consideração a evolução e o aprendizado dos indivíduos, compreende o negócio como um sistema social, acredita que os resultados dependem do trabalho em equipe. Delega ao máximo, participa de atividades em força-tarefa, onde possam escutar discutir e trocar experiências.

Fonte: adaptado de Filion (1999).

Para Filion (1999) as tipologias possibilitam uma base para a compreensão dos valores e do pensamento empresarial, bem como, do comportamento do empreendedor. Porém, deixa claro que nenhuma tipologia é completamente suficiente para cobrir todos os tipos de empreendedores, pois cada caso pode ser considerado único.

Dornelas (2005), afirma que não há somente um tipo de Empreendedor, que não existe, definitivamente, um modelo padrão que possa servir de exemplo. Sendo assim, qualquer pessoa pode se tornar um empreendedor, já que existem vários tipos, conforme ele lista abaixo:

- O Empreendedor Nato (Mitológico): É aquele que se destaca pela história de sucesso, por ter começado do nada e, conseqüentemente, se tornado um profissional bem-sucedido. Seu sucesso e sua habilidade com vendas o fazem estar à frente do seu tempo, visionário, com otimismo e comprometimento com os seus objetivos.

- O Empreendedor Serial (Cria Novos Negócios): O Empreendedor Serial tem uma característica de não se contentar, apenas, com a criação de um negócio e ficar à frente dele até que se torne uma grande empresa. Prefere os desafios e a adrenalina de se envolver em algo novo, sempre, assumindo uma postura dinâmica de liderança. Sua habilidade maior é acreditar nas oportunidades e não descansar enquanto não as vir.
- O Empreendedor Social: É o tipo de empreendedor que norteia sua vida profissional por um caminho que construa uma vida melhor para as pessoas. Tem um objetivo de mudar o mundo criando oportunidades para as pessoas que não as encontram. Suas características são similares às dos demais empreendedores, mas a diferença é que ele se realiza vendo seus projetos trazerem resultados para os outros, não para si próprio
- O Empreendedor por Necessidade: Esse exemplo de empreendedor é caracterizado por empreender de acordo com sua necessidade no momento. Normalmente, encontram-se sem alternativas no mercado de trabalho e buscam mudar sua condição de vida abrindo negócios, muitos deles informais, para sua sobrevivência. Com baixa capacidade de inovação, se tornam reféns da realidade financeira do momento.
- O Empreendedor Herdeiro (Sucessão Familiar): O empreendedor herdeiro acaba assumindo um negócio da família logo cedo. As Empresas familiares estão inseridas em todo o território nacional, mostrando habilidade em passar o negócio para cada nova geração. O desafio do empreendedor herdeiro é multiplicar o patrimônio recebido aprende a arte de empreender com exemplos de família, e geralmente segue seus passos.

2.3 Empreendedorismo no Brasil

Desde 2009, data que teve início no Brasil a formalização no MEI, tem havido um movimento intenso de novos registros de empreendedores. Conforme o SEBRAE (2012), estima-se que em 2015, 52 milhões de brasileiros com idade entre 18 e 64 anos estavam envolvidos na criação ou manutenção de algum negócio, na condição de empreendedor em estágio inicial ou estabelecido.

De acordo com o *Global Entrepreneurship Monitor - GEM Brasil (2015)*, em termos de características sociodemográficas, estima-se que os empreendedores se distribuem da seguinte forma:

- Entre os empreendedores iniciais a proporção de homens e mulheres é praticamente a mesma, 51% e 49% respectivamente.
- Entre os empreendedores estabelecidos, os homens são em maior número do que as mulheres. São 56% e 44% respectivamente;
- Entre os empreendedores iniciais, os indivíduos de 18 a 34 anos são em maior número, representando 52% e, aqueles entre 45 e 64 anos são em menor número, representando 24%.
- Entre os empreendedores estabelecidos, a situação se inverte, são 22% de empreendedores entre 18 e 34 anos e 50% entre 45 e 64 anos.
- Para a faixa etária de 35 a 44, esses percentuais são praticamente idênticos, 24% entre os iniciais e 28% entre os estabelecidos.

Em geral, os brasileiros são favoráveis à atividade empreendedora e têm uma visão positiva a respeito dos indivíduos envolvidos com negócios próprios. Isso pode ser constatado pelo fato de que, em 2015, 70% a 80% dos brasileiros concordam que abrir um negócio é uma opção desejável de carreira, valorizam o sucesso dos empreendedores e acompanham na mídia histórias sobre empreendedores bem-sucedidos, de acordo com o Instituto Nacional de Empreendedorismo e Inovação – IMEI (2016).

Ainda de acordo com o levantamento feito pelo IMEI (2016), ter o próprio negócio continua figurando entre os principais sonhos dos brasileiros, sendo que a proporção observada em 2015 (34%) foi superior à de 2014 (31%). Em relação a 2014, também aumentou a proporção de brasileiros que conhecem alguém que abriu algum negócio nos últimos dois anos (38% em 2014 e 52% em 2015, de acordo com a pesquisa).

Apesar da existência de desafios a serem superados, o fato de quase a totalidade desses empreendedores recomendar a formalização, somando aos resultados positivos alcançados por aqueles que se formalizaram, dá a entender que a figura do

Microempreendedor Individual foi acertada, sendo uma importante ferramenta de estímulo ao empreendedorismo por oportunidade, à inclusão e à formalização no Brasil.

CAPITULO 3 – MICRO EMPREENDEDOR INDIVIDUAL

No Brasil a carga tributária vem de maneira sobrecarregada diante das atividades empreendedoras. São inúmeras obrigações com o fisco, recolhimento e retenções de tributos. A grande burocracia que existe e a dificuldade de arrecadação fazem com que os empreendedores prefiram optar pela informalidade (ZANLUCA, 2011).

Diante disso, os empreendedores informais brasileiros têm uma enorme dificuldade em desenvolver seu negócio, a eles implica uma serie de desvantagens, sejam por fatores financeiros, definição e perpetuação de mercado, provas de regularidades fiscais, licitações no setor público e privado, empréstimos no mercado para pessoas jurídicas, entre outros fatores (SILVEIRA E TEIXEIRA, 2011).

Tendo em mente a importância da discussão abordada na Lei complementar nº 128 de 19 de dezembro de 2008, na qual o Governo Federal, através do projeto do Microempreendedor Individual (MEI), pretende solucionar muitos dos problemas que a informalidade brasileira causa na estrutura econômica do país, esse trabalho almeja explanar sobre as questões que compreendem a orientação sobre formalização no Brasil.

De acordo com o SEBRAE-PE (2011), com a LC 128/08, criou-se um regime tributário específico para os empreendedores individuais, além de um sistema de inscrição totalmente diferenciado, que simplifica e torna online o processo de abertura dessas empresas. Ao saírem da informalidade, esses novos empresários ganham acesso a um ambiente seguro e propício para o exercício do empreendedorismo, mediante inclusão previdenciária, econômica e social.

Sendo assim, a referida Lei estrutura-se na possibilidade de facilitar o processo de formalização e abertura de pequenos negócios e também para atrair empreendedores informais para a formalidade do seu negócio.

Desse modo, serão apresentadas agora tais oportunidades, das quais, uma delas gira em torno do incentivo e urgência em se instituir empreendedores formais. Como estratégia para estimular a criação do MEI, o Governo pontua na legislação os seguintes benefícios: Auxílio Maternidade, Auxílio Doença e Aposentadoria, além de possibilitar

o registro no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), facilitando a abertura de conta bancária, aprovação de empréstimos, emissão de Nota Fiscal e isenção de tributos federais (IR, PIS, Cofins, IPI e CSLL). (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2016).

Ou seja, proporciona às pequenas e médias empresas a condição de participar legitimamente da conjuntura econômica e social do país, criando condições especiais para que o trabalhador informal possa se tornar um MEI legalizado.

Considera-se MEI o empresário individual que tenha um faturamento anual de, no máximo, R\$ 60.000,00, optante do Simples Nacional e que não participe de outra empresa como sócio ou titular, conforme trata o Art. 18-A da Lei Complementar nº 139/2011.

Ainda segundo o Portal do Empreendedor (2016), além desses benefícios, o Microempreendedor Individual é enquadrado no Simples Nacional e pagará, mensalmente, o valor fixo de R\$ 49,00 (Prestação de Serviços), R\$ 45,00 (Comércio e Indústria) ou R\$ 50,00 (Comércio e Serviço), que será destinado à Previdência Social e ao ICMS ou ISS. Esses valores são atualizados anualmente, de acordo com o reajuste do salário mínimo.

O empreendedor Individual é uma inovação do sistema tributário para que milhões de brasileiros formalizem o seu negócio. Eles são geradores de renda e emprego no Brasil, essa iniciativa do Governo Federal em criar a Lei Complementar n. 128/2008 foi uma oportunidade dada para se legalizarem e terem possibilidade de crescimento e formação de uma pequena empresa (GEM, 2010). Ele, com suas próprias características, participa de um novo conceito econômico de empresa, aquela que não vive em busca de lucro, e sim de subsistência.

Portanto, a elaboração dessa pesquisa tem o objetivo de avaliar o impacto da implantação da Lei em uma cidade de pequeno porte.

3.1 Formalidade X Informalidade

O conceito de economia informal foi utilizado a partir da década de 1970 para qualificar os rendimentos instáveis provenientes de atividades econômicas fora do alcance regulamentar do Estado e a expressão setor informal, pela Organização Internacional do Trabalho (OIT) para agrupar unidades de produção com determinadas características técnicas e escassa regulamentação (CUNHA, 2006; SANTOS; MELO, 2011). O que se percebe na maioria dos estudos, é que sua maior preocupação com a informalidade não está em descobrir como funcionam os mecanismos da economia informal ou o perfil desses trabalhadores, e sim em questões que envolvam carga tributária ou equilíbrio fiscal (HIRATA e MACHADO, 2008).

Para Lima (2010), “a informalidade pode ser entendida como um trabalho não regulamentado, como a pequena produção familiar, atividades comerciais ambulantes, localizada em setores de baixa rentabilidade e pouca produtividade, que são voltadas à subsistência”. Diversos estudos mostram a relação entre informalidade e a incapacidade da economia formal em absorver os custos trabalhistas, conduzindo os trabalhadores que evitam assumir impostos e obrigações burocráticas, a procurarem o setor informal e/ou se tornarem autônomos.

Filártiga (2007), afirma que as operações informais, para se consolidarem, é totalmente relevante ter uma boa relação pessoal. Porém, o empreendedorismo para se desenvolver, precisa que as relações comerciais participem de um sistema de regras e que não estejam fundamentadas em reputação ou troca de favores.

Porém, são diversos os fatores que separam os empresários que decidem pela formalização, daqueles que optam pela permanência na atividade informal. Dentre as causas da informalidade, que são classificadas como vantagens para os empreendedores informais, Paes (2007), destaca (1) fiscalização frágil por parte do Governo; (2) não pagamento de impostos, custos trabalhistas e regulatórios; (3) redução de despesas decorrentes de adaptação a regras contábeis; e (4) preços diferenciados que podem atrair o consumidor para o produto informal. Em contrapartida, Filártiga (2007), destaca algumas desvantagens que o empreendedor encontra ao manter-se informal, são elas: (a)

não acesso a linhas de créditos que são destinadas às empresas; (b) pagamento de multas; (c) impossibilidade de coberturas previdenciárias; e (d) dificuldade no acesso ao sistema Judiciário.

Para o SEBRAE-PE (2011), estima-se que, para cada empresa legalmente registrada no Brasil, há outras duas não registradas. Visando trazer para a formalidade milhões de empreendedores brasileiros que ainda continuavam à margem da sociedade dando-lhes condições legais e tributárias mais justas para sua realidade, foi instituída, em 2008, a figura do “Empreendedor Individual”.

3.2 Impactos Da Lei

Existe, no Brasil, um número de empreendedores informais que o próprio IBGE não é capaz de dimensionar, de acordo com o SEBRAE (2011). Estes empreendedores desempenham várias atividades, muitos individuais, outros empregando diversos funcionários, sendo membros da família ou não.

Ainda conforme o SEBRAE (2011), a partir da criação da Lei do Microempreendedor Individual, surgiu a oportunidade para que esses empreendedores saíssem do anonimato e houve uma demanda muito grande sobre informações para se formalizar como EI no Sebrae.

Diante disso, é possível acrescentar que a condição de informalidade cria uma série de desvantagens para o empreendedor, tais como dificuldades de acesso ao crédito e a não participação em mercados que exigem provas de regularidade fiscal para emissão de nota fiscal. Com isso, ele não consegue participar de licitações, nos setores público e privado, exportações de mercadorias, entre outras situações que dificultam e até impedem o crescimento da empresa.

Segundo o SEBRAE (2010e), o Programa MEI para o Brasil deve ser visto como fator relevante o desenvolvimento econômico e social de suas cidades, dos seus estados e do país. Trazendo muitos impactos positivos para toda a economia, diminuindo a burocracia, facilitando com isso a formalização de todos os empreendedores.

Ao analisar os impactos causados pela formalização, é possível descrever que, o programa contribui para o crescimento econômico e social do município, além dessa contribuição, alguns empresários estão tendo oportunidade de crescer no mercado, com baixo custo e gerando novos empregos, com isso, há uma chance maior para o crescimento econômico e social da cidade.

Segundo o SEBRAE (2012), a formalização atrai mudanças positivas que influenciam e contribuem diretamente para o crescimento e desenvolvimento do negócio. Dessa forma, é característico de uma boa gestão, o crescimento econômico do seu empreendimento, bem como sua saúde financeira.

CAPÍTULO 4 – ENFOQUE METODOLÓGICO

O foco desta pesquisa é avaliar os impactos ou contribuições da implementação da lei do MEI para os empreendedores do Município de Tacaimbó-PE.

Da maneira como descreve Matias-Pereira (2010), é possível compreender que o método é um caminho para se alcançar o fim, um conjunto de procedimentos que são usados de forma regular, para alcançar um objetivo conceitual ou material e compreender, de forma objetiva, todo o processo de investigação.

As seções deste Capítulo têm o objetivo de descrever a metodologia, o método, deste estudo.

4.1 Classificação da Pesquisa

Pesquisas exploratórias têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, é realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado (GIL, 2002; VERGARA, 2009). Este estudo tem por anseio maior, compreender os motivos que guiam os empreendedores de Tacaimbó a se formalizarem através da lei do MEI, com seu maior foco no impacto econômico que estas atividades oferecem para a cidade, sabendo que não há estudos baseados nesse conteúdo na região.

A pesquisa descritiva, conforme afirma Matias-Pereira (2010), submerge ao uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: questionário e observação sistemática. A perspectiva, usando esses modelos de coletas de dados, é identificar e compreender o universo da Formalidade do município e sua interferência na economia local.

Para Vergara (2009), Pesquisa de campo é a investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu o fenômeno ou que dispõe de elementos para explicá-lo, pode incluir aplicação de questionário, por exemplo. Com base nisso, foi elaborado o questionário, afim de coletar as informações necessárias para entendimento da problemática estudada.

Neste estudo, será adotado, como perspectiva temporal, o Corte Transversal, uma vez que os dados serão coletados em um único momento específico.

Para Saunders, Lewis e Thornhill (2000), estudos de corte transversal procuram descrever um fenômeno ou comparar dados em organizações diferentes; entretanto, eles podem, também, usar métodos qualitativos, como estudos de casos baseados em entrevistas conduzidas sobre um curto período de tempo.

Segundo Gil (2002), uma pesquisa é um artifício coerente e ordenado que tem por objetivo acrescentar respostas aos problemas propostos. Quando não se dispõe de elementos suficientes para responder a um problema, se faz necessário o uso de uma pesquisa, ao até mesmo, quando a informação disponível não é aceitável para caracterizar-se como resposta ao problema, quando está desordenada e não adequada.

De acordo com Matias-Pereira (2010), quanto à natureza, uma pesquisa pode ser básica ou aplicada. A presente pesquisa é classificada como básica, tendo em vista que tem como desígnio gerar novas informações, úteis, para o acrescentamento da ciência sem aplicação prática prevista. Ainda quanto à natureza, a abordagem deste estudo pode ser considerada quantitativa, tendo em vista que é baseada na quantificação de informações para que seja alcançado o momento para avaliação.

Vergara (2009), propõe dois critérios básicos relacionados ao tipo de pesquisa: fins e meios. Quanto aos critérios fins, a pesquisa caracteriza-se como exploratória e descritiva; quanto aos meios, bibliográfica e de campo.

A coleta de dados, já mencionada neste estudo, estará esplanada de forma mais detalhada no item seguinte.

4.2 Universo e Amostra

Matias-Pereira (2010), considera três tarefas como fundamentais para o recolhimento de dados na pesquisa de campo, são elas: (1) definição de população e amostra – informações que envolvem o universo a ser estudado, (2) coleta de dados – descrição da técnica utilizada para coleta de dados e, (3) análise de dados – descrição dos procedimentos a serem adotados na tabulação e análise dos dados.

O universo estudado engloba o comércio formal da cidade de Tacaimbó, no agreste pernambucano.

Definiu-se o universo com base nos dados da RAIS de 2015, onde há 35 empresas registradas no comércio. Para definição da amostra foi considerado:

- Erro relativo máximo da estimativa de 7%
- Nível de confiança de 95%
- Universo de 35 empresas

$$n = \frac{N \cdot \hat{p} \cdot \hat{q} \cdot (z_{\alpha/2})^2}{\hat{p} \cdot \hat{q} (z_{\alpha/2})^2 + (N - 1) \cdot E^2} \quad n = \frac{35 \cdot 0,25 (1,96)^2}{0,25(1,96)^2 + (35 - 1) \cdot 0,07^2} = 30$$

Onde:

n = Número de indivíduos na amostra.

N = Número do universo populacional.

$z_{\alpha/2}$ = Valor crítico que corresponde ao grau de confiança desejado.

p = Proporção populacional de indivíduos que pertence a categoria que se tem interesse em estudar.

q = Proporção populacional de indivíduos que NÃO pertence à categoria que não se tem interesse em estudar ($q = 1 - p$).

E = Margem de erro ou Erro máximo de estimativa.

4.3 Procedimentos de Coleta e Análise de Dados

Para a coleta de dados, será utilizado um questionário semiestruturado (Apêndice 1), baseado em questionários propostos pelo SEBRAE (2012). Neste questionário, procurou-se caracterizar a empresa, seu modo de trabalho, os motivos pelos quais a mesma legalizou-se e o conhecimento, por parte do empreendedor, sobre as questões que envolvem o processo de formalização de uma organização.

4.4 Tacaimbó

A seguir, um breve resumo sobre o município de Tacaimbó-PE, que tornará possível um entendimento básico sobre a sua história, segundo o SEBRAE (2016).

A cidade que hoje denomina-se Tacaimbó, teve sua povoação iniciada por Luiz Alves Maciel, natural de Água Preta, que se instalou em uma fazenda. Mais tarde, com a criação de gado, onde havia muitos currais, o lugar passou a se chamar Curralinho.

Pouco tempo depois, o Senhor Luiz Alves Maciel construiu uma casa no local onde hoje é a Avenida Luiz Alves Maciel, também conhecida como Rua Velha, construindo-se, em seguida, várias casas comerciais, começando então, a se desenvolver o povoado.

Alguns anos depois, foi construída a estrada de ferro da antiga Great-Western (hoje Rede Ferroviária S/A), cuja inauguração se verificou em, 25 de dezembro de 1896, tendo o povoado recebido o nome de Antônio Olinto, em homenagem ao engenheiro mineiro, que construiu a estação.

A população passou então, a se concentrar mais à margem esquerda do Rio Ipojuca, onde se localiza a estrada de ferro, com crescimento da população, sentiu-se a necessidade da construção de um templo católico, pois a missa era celebrada em uma palhoça.

Tendo sido doado o patrimônio a Santo Antônio, pela Senhora Ana Freire da Cruz, foi erguida uma capela, em 1906, subordinada à Paróquia de Belo Jardim, também ao lado esquerdo do mencionado rio, onde é hoje, a sede do município.

Posteriormente, a capela passou a pertencer à Paróquia de São Caetano. No ano de 1950, o senhor João Clemente da Silva, sentindo a necessidade de um templo maior para a população, que já era então vultuosa e através de um gesto generoso, reconstruiu e ampliou a capela, onde hoje é a Igreja Matriz, consagrada a Santo Antônio.

Assim, o primeiro nome deste município foi Antônio Olinto, passando depois, para Tacaimbó. Esta mudança se deve ao fato já existir no Estado de Minas Gerais, outro município com este mesmo nome.

O nome Tacaimbó é de origem indígena, tendo existido uma tribo com este nome, na Fazenda Itacaité, passando este nome, a vigorar no ano de 1945. A criação desta denominação deve-se ao historiador Mário Melo.

Tacaimbó tem um PIB de R\$ 65.672.000,00, que representa 0,06% do PIB do Estado de Pernambuco, e ocupa a 151ª posição no ranking estadual. Segundo a Estimativa Populacional do IBGE (2014), o município tem pouco menos de 14 mil habitantes.

Conforme a RAIS (2015), o município passou de 4 para 74 empresas registradas em diversos segmentos do MEI, de 2010 para 2014. O que representa um crescimento de mais de 18 vezes em relação ao ano de 2010, conforme mostra a tabela 4.4.1.

Com isso, é possível observar o crescimento comercial da cidade, com empresas formalizadas que contribuem, diariamente, com o desenvolvimento do município.

Tabela 4.4.1 – MEI entre 2010-2014

Ano	Tacaimbó	Pernambuco	Brasil
2010	4	28.402	760.089
2011	14	58.078	1.635.691
2012	31	90.603	2.623.917
2013	49	123.342	3.601.253
2014	60	155.556	4.578.429
2015	74	187.951	5.589.624

Fonte: Adaptado da RAIS (2015)

CAPÍTULO 5 – ANÁLISE DOS DADOS

5.1 População Estudada

Com a amostra já estruturada, a pesquisa de campo foi realizada nos dias 12 e 19 de novembro de 2016. Tendo em vista a possibilidade de encontrar o maior número possível de estabelecimentos abertos para a pesquisa, os questionários foram aplicados nos sábados, dia da semana que é realizada a feira livre da cidade e que movimentava o comércio local.

Dentre as 74 empresas formais ofertadas pela RAIS (2015), conforme Quadro 5.1.1, optou-se por manter o foco nas empresas do segmento comercial, por tratar-se de uma linha empresarial mais acessível, ao ponto de estarem localizadas na área central da cidade, facilitando na coleta das informações.

O comércio local é formado por 35 empresas, das quais 30 foram questionadas. As demais, não quiseram se posicionar.

Quadro 5.1.1 – MEI Tacaimbó

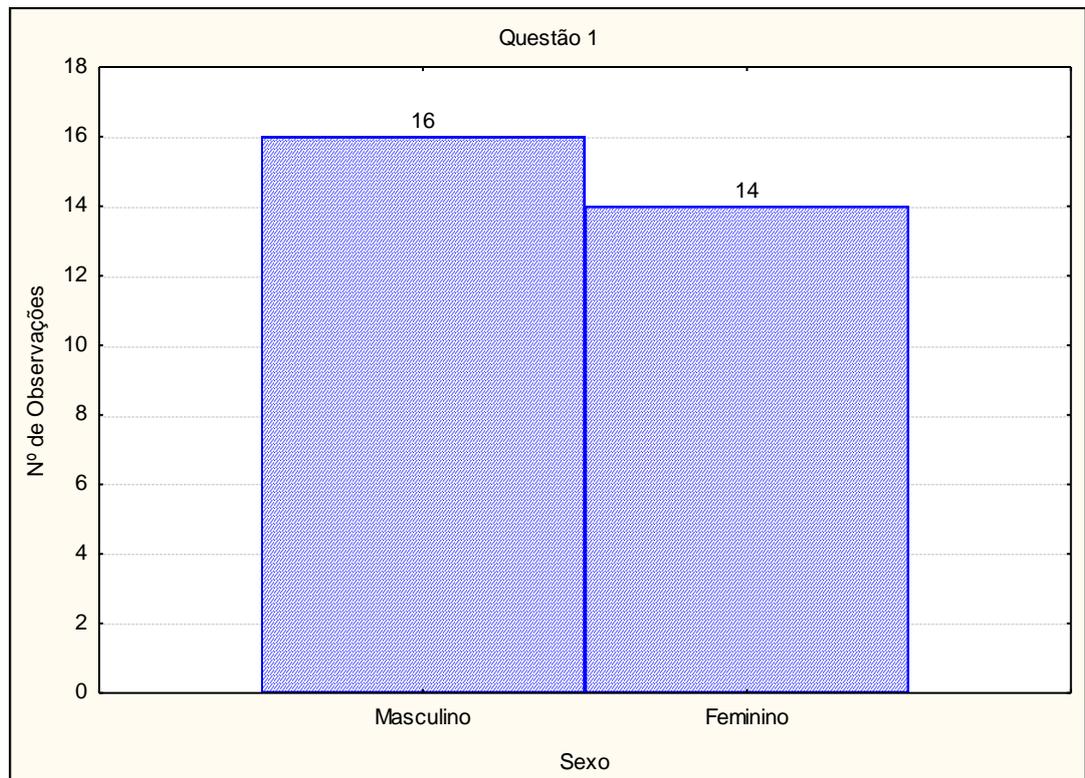
Código CNAE	Quantitativos MEI - Descrição	Total	Masculino	Feminino
		74	53	21
1092900	Fabricação de biscoitos e bolachas	1	1	0
1094500	Fabricação de massas alimentícias	1	1	0
1412601	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas e as confeccionadas sob medida	2	0	2
2399101	Decoração, lapidação, gravação, vitrificação e outros trabalhos em cerâmica, louça, vidro e cristal	1	1	0
2542000	Fabricação de artigos de serralheria, exceto esquadrias	4	4	0
2543800	Fabricação de ferramentas	1	1	0
3240099	Fabricação de outros brinquedos e jogos recreativos não especificados anteriormente	1	1	0
3299099	Fabricação de produtos diversos não especificados anteriormente	2	1	1
3329501	Serviços de montagem de móveis de qualquer material	1	1	0
4321500	Instalação e manutenção elétrica	1	1	0
4520001	Serviços de manutenção e reparação mecânica de veículos automotores	1	1	0
4541205	Comércio a varejo de peças e acessórios para motocicletas e motonetas	2	2	0
4712100	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	2	1	1
4721104	Comércio varejista de doces, balas, bombons e semelhantes	1	0	1
4722901	Comércio varejista de carnes - açougues	1	1	0
4724500	Comércio varejista de hortifrutigranjeiros	3	3	0
4744001	Comércio varejista de ferragens e ferramentas	1	1	0
4744099	Comércio varejista de materiais de construção em geral	2	2	0
4754701	Comércio varejista de móveis	1	0	1
4754702	Comércio varejista de artigos de colchoaria	1	1	0
4755502	Comercio varejista de artigos de armarinho	1	0	1
4761003	Comércio varejista de artigos de papelaria	1	1	0
4772500	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	1	1	0
4781400	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	12	4	8
4782201	Comércio varejista de calçados	1	1	0
4784900	Comércio varejista de gás liquefeito de petróleo (GLP)	3	2	1
4789004	Comércio varejista de animais vivos e de artigos e alimentos para animais de estimação	1	1	0
4789099	Comércio varejista de outros produtos não especificados anteriormente	1	1	0
4929901	Transporte rodoviário coletivo de passageiros, sob regime de fretamento, municipal	2	2	0
4930202	Transporte rodoviário de carga, exceto produtos perigosos e mudanças, intermunicipal, interestadual e internacional	1	1	0
5611202	Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas	1	0	1
5611203	Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares	4	3	1
5620104	Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar	1	0	1
7319002	Promoção de vendas	2	2	0
7319099	Outras atividades de publicidade não especificadas anteriormente	1	1	0
7739003	Aluguel de palcos, coberturas e outras estruturas de uso temporário, exceto andaimes	1	1	0
9001906	Atividades de sonorização e de iluminação	1	1	0
9511800	Reparação e manutenção de computadores e de equipamentos periféricos	2	2	0
9512600	Reparação e manutenção de equipamentos de comunicação	1	1	0
9521500	Reparação e manutenção de equipamentos eletroeletrônicos de uso pessoal e doméstico	1	1	0
9529101	Reparação de calçados, bolsas e artigos de viagem	1	1	0
9602501	Cabeleireiros	3	2	1
9602502	Outras atividades de tratamento de beleza	1	0	1

Fonte: O Autor (2016)

5.2 Descrição da Amostra

Diante das informações coletadas, os empresários formais respondentes, quanto ao perfil por gênero, se classificam como sendo 16 do gênero masculino e 14 do gênero feminino, conforme mostra a figura 5.2.1:

Figura 5.2.1: Perfil do Respondente por Gênero



Fonte: O Autor (2016)

A dimensão de gênero merece uma atenção especial nos estudos sobre empreendedorismo, já que é forte a evidência de que mulheres estão começando novos negócios em ritmos tão rápidos quanto os homens e expandindo sua parte de negócios próprios em inúmeros países (OCDE, 2001).

De acordo com o GEM (2005), a participação das mulheres no grupo da população empreendedora brasileira situa-se em uma boa posição, pois o Brasil é o sexto no empreendedorismo feminino.

Percebe-se que as mulheres vêm ganhando espaço no meio empreendedor e essa pesquisa consegue nos mostrar que Tacaimbó segue o ritmo nacional, que nos dá uma ideia da proporção que vem tomando a participação das mulheres no ambiente empresarial.

No que diz respeito à faixa etária dos respondentes, é possível observar detalhadamente na Tabela 5.2.1:

Tabela 5.2.1 – Perfil do Respondente por Idade

Categoria	Quantidade	Quantidade Acumulada	Porcentagem (%)	Porcentagem Acumulada (%)
Até 20 Anos	0	0	0	0
De 21 à 30 Anos	6	6	20	20
De 31 à 40 Anos	13	19	43	63
De 41 à 50 anos	6	25	20	83
Acima de 51 Anos	5	30	17	100

Fonte: O Autor (2016)

A maioria dos microempreendedores está na faixa etária de 31 a 40 anos de idade, sendo eles 43,3% do total. Nota-se também, que existe um percentual equivalente entre os que abrangem a faixa etária de 21 a 30 anos e a faixa etária de 41 a 51 anos de idade, com 20% para cada perfil. De modo geral, o MEI na cidade de Tacaimbó, é relativamente jovem, com cerca de 63% deles com menos de 40 anos, e segue a proporção nacional, na qual a população microempreendedora do Brasil está enquadrada também abaixo dos 40 anos de idade, segundo SEBRAE (2012).

Com relação à escolaridade, observa-se na tabela 5.2.2 que 7% têm ensino fundamental incompleto, 20% têm ensino fundamental completo e 43% possuem ensino médio ou técnico completo. Já outros 7% afirmam ter ensino superior incompleto, 23% com ensino superior completo e nenhum com pós-graduação.

Tabela 5.2.2 – Perfil do Respondente por Grau de Escolaridade

Categoria	Quantidade	Quantidade Acumulada	Porcentagem (%)	Porcentagem Acumulada (%)
Ens. Fundamental Incompleto	2	2	7	7
Ens. Fundamental Completo	6	8	20	27
Ens. Médio ou Ens. Técnico	13	21	43	70
Ens. Superior Incompleto	2	23	7	77
Ens. Superior Completo	7	30	23	100
Pós Graduação	0	30	0	0

Fonte: O Autor (2016)

No quadro abaixo, foi perguntado como os entrevistados tomaram conhecimento do projeto do MEI. Com isso, 7% responderam que foi através de jornais, 10% através da internet e 23% através do SEBRAE. Além disso, outros 10% responderam que foi por meio da televisão, 43% através de amigos e mais 7% tomaram conhecimento do MEI por meio de familiares.

Com isso, é possível concluir, dentre outras coisas, que os amigos são os grandes influenciadores de parte da proporção de empreendedores no mercado, tendo em vista que 43% dos entrevistados ficaram sabendo do MEI através deles. O SEBRAE, através de seus meios de comunicação com a população empreendedora, pôde ser mencionado por 7 pessoas, que correspondem a 23%, o que pode ser considerado um índice baixo para uma instituição de apoio. No Brasil, esse índice chega a ser ainda maior, 29%, conforme o Portal do Empreendedor (2016). O acesso às informações sobre o MEI através de jornais, internet, televisão e familiares, chegam à 34% da pesquisa.

Tabela 5.2.3 – Como tomou conhecimento do MEI?

Categoria	Quantidade	Quantidade Acumulada	Porcentagem (%)	Porcentagem Acumulada (%)
Através dos Jornais	2	2	7	7
Através da Internet	3	5	10	17
Através do SEBRAE	7	12	23	40
Através da Televisão	3	15	10	50
Outros/Amigos	13	28	43	93
Outros/Familiares	2	30	7	100

Fonte: O Autor (2016)

A próxima tabela, (5.2.4) detalha sobre a principal ocupação dos empreendedores de Tacaimbó antes da formalização. Dos 30 empresários formais

entrevistados, 13 já trabalhavam na mesma atividade de hoje, só que de maneira informal, 9 estavam registrados como empregados em outras empresas, 4 empregados sem carteira assinada e 4 desempregados. Isso quer dizer que a maioria, 70%, passou, por conta do Projeto do MEI, para o cenário formal, caracterizando assim, o cumprimento do objetivo da LC 128/08.

Tabela 5.2.4 – Qual era a principal ocupação antes de se registrar como MEI?

Categoria	Quantidade	Quantidade Acumulada	Porcentagem (%)	Porcentagem Acumulada (%)
Desempregado (a)	4	4	13	13
Empregado (a) sem carteira assinada	4	8	13	26
Empregado (a) com carteira assinada	9	17	30	56
Já tinha meu negócio, mas não era formalizado	13	30	44	100
Já possuía meu negócio atual e já era formalizado	0	0	0	0

Fonte: O Autor (2016)

No caso dos Empreendedores Individuais que estavam empregados com carteira assinada antes da formalização, vale ressaltar que há mais um objetivo da lei do MEI sendo cumprido. Uma explicação para isso é o fato de que, com a facilidade que se tem hoje em abrir um empreendimento como EI, muitos indivíduos que já estavam formalizados como empregados resolveram iniciar uma atividade empreendedora. Essas pessoas, acreditaram em uma situação melhor como EI, uma oportunidade mais rentável, e resolveram investir no Empreendedorismo por Oportunidade, conforme já indicado nesse estudo por Dornelas (2008).

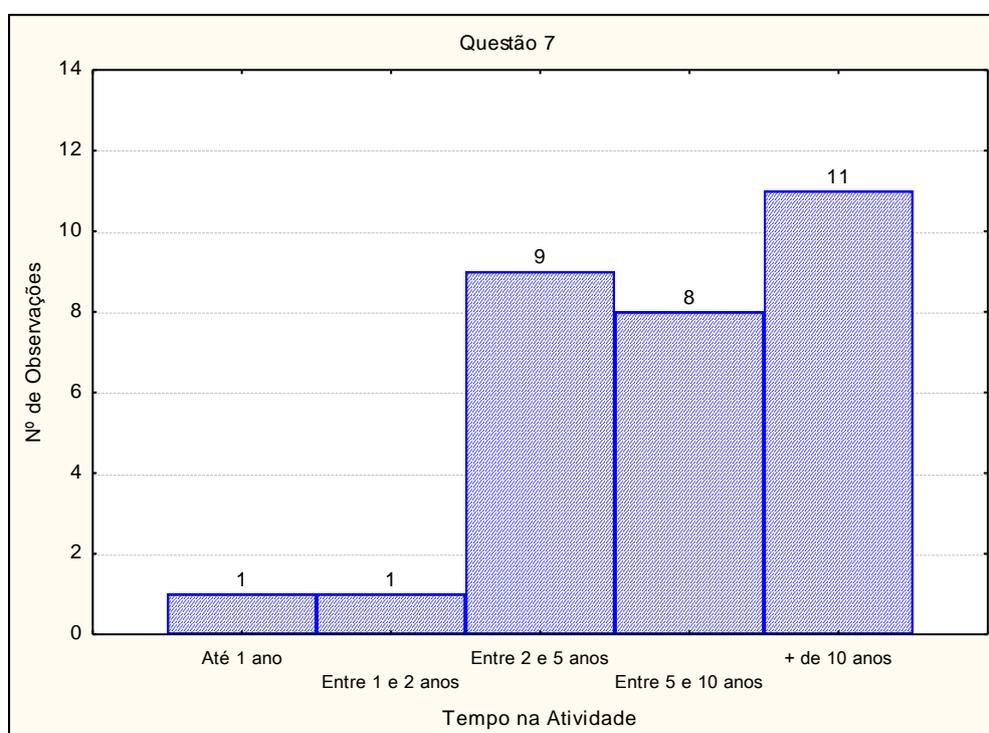
Mas há também os casos de Empreendedorismo por Necessidade, como mostra o caso dos 13% dos empreendedores individuais que estavam desempregados antes de se formalizarem e que agora encontraram uma nova esperança de mudança de vida através do MEI. Nesses casos, pode-se observar que a LC 128/08 atingiu o seu propósito de inclusão socioeconômica.

O Microempreendedor Individual dá oportunidade de crescimento e desenvolvimento para aqueles que ainda estão na informalidade, oferecendo meios para

se manterem no mercado e com isso alavancarem seu negócio. Além de gerar novos empregos e oportunidades no mercado competitivo (SEBRAE, 2010 b).

A maioria dos entrevistados afirmaram que já trabalham na atividade atual há mais de 10 anos, foram 11 ao todo. 9 disseram que há mais de 2 e menos de 5 anos exercem a mesma atividade e 8 trabalham na mesma empresa de 5 a 10. Apenas 1 afirmou que trabalha há menos de 1 ano e outro de 1 a 2 anos, conforme mostra a Figura 5.2.2:

Figura 5.2.2 – Há quanto tempo o (a) senhor (a) trabalha nessa atividade?



Fonte: O Autor (2016)

Com isso, é possível observar que o cenário local está conforme o cenário de Pernambuco, segundo estudos realizados pelo SEBRAE/PE (2011), que mostra que a maioria dos empresários atuavam na atividade há mais de 10 anos, no caso de Tacaimbó são 29 deles, cerca de 70%. A formalização permite que o EI mantenha a sustentabilidade do seu negócio.

A Tabela 5.2.5 descreve as categorias nas quais os empresários qualificaram suas empresas. Sendo assim, pode-se identificar que há 6 mercados e 5 lojas de roupas, que correspondem a 20% e 16,5%, respectivamente. Percebe-se, também, duas

farmácias veterinárias e duas distribuidoras de bebidas, ambas correspondendo a 7% da pesquisa. Dentre outros segmentos que é possível perceber na tabela, há também loja de calçados, bomboniere, lanchonete, livraria, etc. Todas elas representam 3,3% do questionário, conforme segue:

Tabela 5.2.5 – Qual a categoria de atividade da empresa?

Categoria	Quantidade	Quantidade Acumulada	Porcentagem (%)	Porcentagem Acumulada (%)
Mercado	6	6	20	20
Loja de Calçados	1	7	3,3	23,3
Bar/Barzinho	1	8	3,3	26,6
Livraria	1	9	3,3	29,9
Lanchonete	1	10	3,3	33,2
Oficina Mecânica	1	11	3,3	36,5
Loja de Roupas	5	16	16,5	53
Outros/Loja Agrícola	1	17	3,3	56,3
Outros/Consultoria Agropecuária	1	18	3,3	59,6
Outros/Farmácia Veterinária	2	20	7	66,6
Outros/Loja de Descartáveis	1	21	3,3	69,9
Outros/Bomboniere	1	22	3,3	73,2
Outros/Produção de Shows	1	23	3,3	76,5
Outros/Comércio de Produtos Eletrônicos	1	24	3,3	79,8
Outros/Distribuição de Bebidas	2	26	7	86,8
Outros/Comércio de Aves	1	27	3,3	90,1
Outros/Armazém de Construção	1	28	3,3	93,4
Outros/Salão de Beleza	1	29	3,3	96,7
Outros/Loja de Móveis	1	30	3,3	100

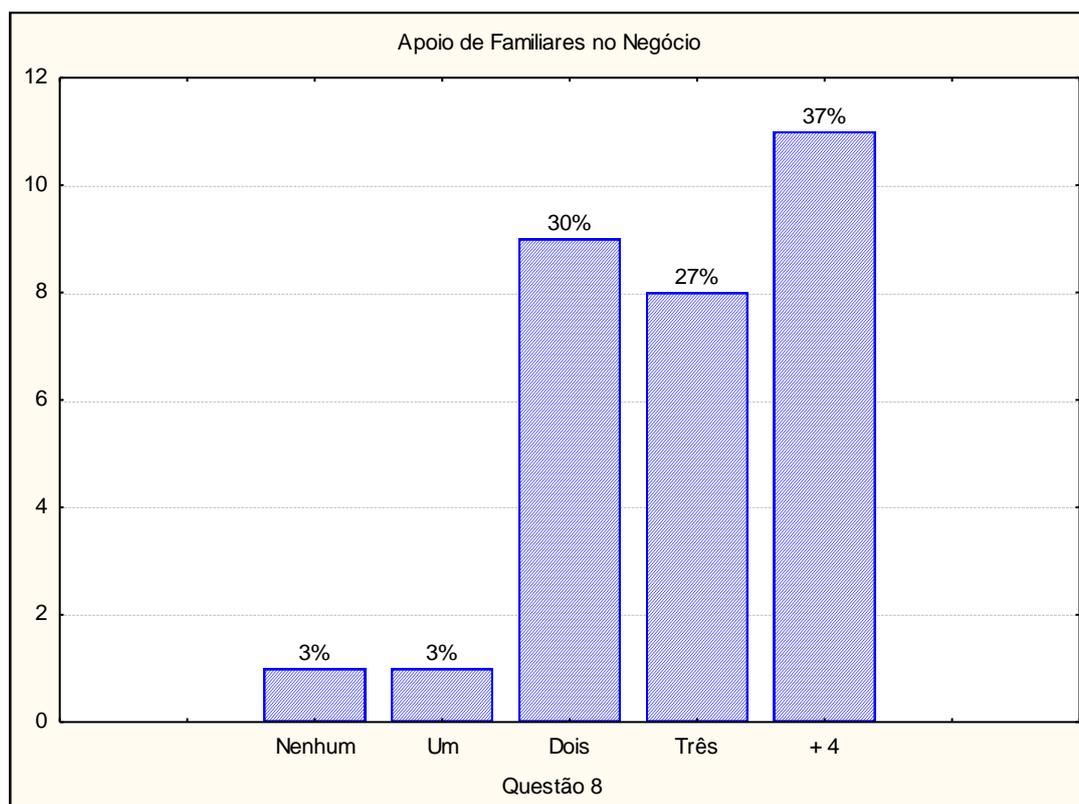
Fonte: O Autor (2016)

Na sequência, o Empreendedor Individual foi questionado quanto ao envolvimento de parentes no negócio, conforme mostrado na Figura 5.2.3. Dos entrevistados, 37% responderam que contam com o apoio de 4 ou mais familiares na sua empresa, 30% têm a ajuda de 2 membros da família, 27% de 3 e, apenas 3%, disseram que somente 1 funcionário colabora no negócio e outros 3% informaram que nenhum familiar trabalha ou colabora com o seu empreendimento.

Esses resultados demonstram que a maior parte desses negócios envolvem diretamente familiares do empreendedor individual, 97% deles contam com o apoio de

parentes. A manutenção de renda da família e toda a influência e participação de parentes no negócio, é de extrema importância para a geração de ocupação no país.

Figura 5.2.3 - Quantos familiares trabalham ou colaboram no seu negócio?



Fonte: O Autor (2016)

Em seguida, na Tabela 5.2.6, será apresentado o principal motivo pelo qual o empresário se registrou como Empreendedor Individual:

Tabela 5.2.6 – Qual foi o motivo para o (a) senhor (a) ter se registrado como EI?

Categoria	Quantidade	Quantidade Acumulada	Porcentagem (%)	Porcentagem Acumulada (%)
Benefícios do INSS	19	19	64	64
Possibilidade e emitir Nota Fiscal	0	0	0	0
Possibilidade de vender para o Governo	0	0	0	0
Ter uma empresa formal	10	29	33	97
Facilidade de conseguir empréstimo	0	0	0	0
Facilidade de abrir empresa	1	30	3	100
Outro	0	0	0	0

Fonte: O Autor (2016)

No caso cima, 19 entrevistados ratificaram que o principal motivo que os levaram a providenciar a formalização do seu negócio, foi a Seguridade Social, os benefícios ofertados pelo INSS. 10 respondentes foram enfáticos em dizer que ter uma empresa formal foi o que mais os atraiu para a formalidade e, apenas 1 (3,3%) indivíduo foi atraído pela facilidade de abrir uma empresa. Um destaque desse item é o fato de apenas 36,7% dos entrevistados terem pensado na empresa como um todo, na hora de tomar a decisão de se formalizarem. A outra parte, como maioria, que teve como motivação principal o acesso aos benefícios do INSS, que soma cerca de 63,3%, prioriza a garantia dos seus direitos trabalhistas, mas, obviamente, não desconsidera as vantagens trazidas para o seu negócio.

Os benefícios de se formalizar como Microempreendedor Individual não se limitam aos listados aqui. Porém, os outros, possibilidade de emitir nota fiscal, possibilidade de vender para o Governo, facilidade de conseguir empréstimos, e tantos outros que os entrevistados pudessem descrever, não foram citados.

Em seguida, foi perguntado para os Empreendedores Individuais sobre o impacto da formalização nas vendas do seu negócio, tendo em vista que tivessem acesso a um mercado, agora, maior. Sendo assim, 53,3% desses empreendedores individuais disseram que houve um aumento nas vendas e, 43,3% informaram que sus vendas não sofreram alterações após a formalização e, para apenas 1 entrevistado, que corresponde a 3,3%, as vendas diminuíram, conforme Tabela 5.7 abaixo:

Tabela 5.2.7 – Após o registro como EI, o que aconteceu com as vendas do negócio?

Categoria	Quantidade	Quantidade Acumulada	Porcentagem (%)	Porcentagem Acumulada (%)
Diminuíram	1	1	3	3
Não se alteraram	16	17	54	57
Aumentaram	13	30	43	100

Fonte: O Autor (2016)

Percebe-se em Tacaimbó, o que vem acontecendo em Pernambuco. Segundo o SEBRAE/PE (2011), muitos empreendedores individuais estão conseguindo aparecer mais em um mercado cada vez maior.

A Tabela 5.2.8 vai mostrar como os entrevistados se formalizaram, através de qual canal foi possível se tornar MEI.

Tabela 5.2.8 – Como o (a) senhor (a) se formalizou como MEI?

Categoria	Quantidade	Quantidade Acumulada	Porcentagem (%)	Porcentagem Acumulada (%)
Por conta própria. No Portal do Empreendedor	5	5	17	17
Com apoio de um contador	10	15	33	50
Com apoio de um amigo ou familiar	9	24	30	80
Com apoio do SEBRAE	6	30	20	100
Outro	0	0	0	0

Fonte: O Autor (2016)

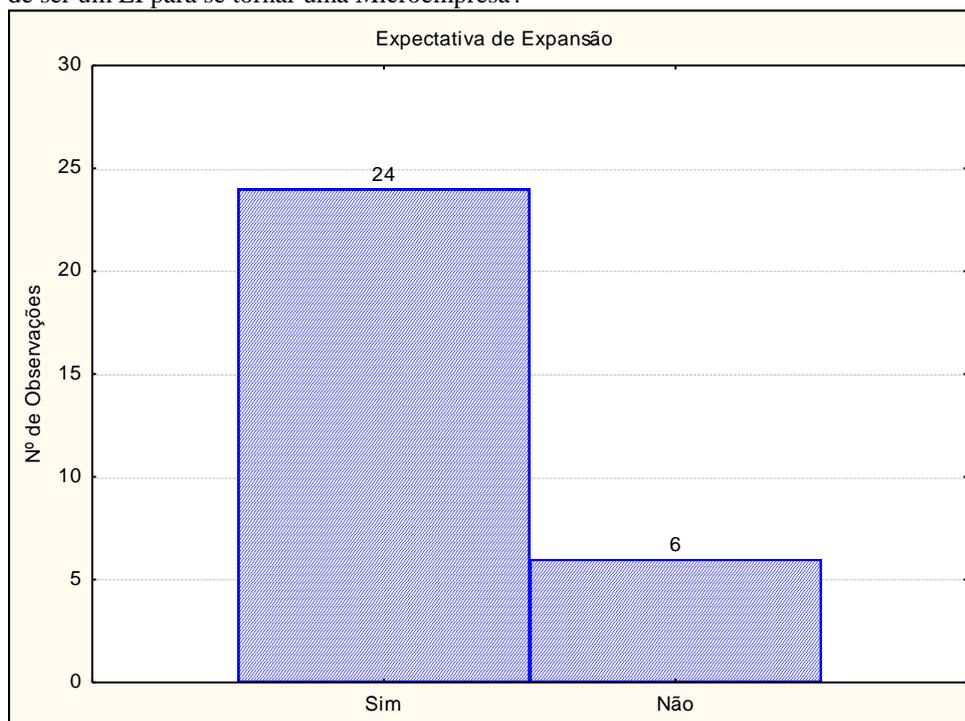
Parte deles, 33%, declarou que formalizou com apoio de um contador, 30% com apoio de um amigo ou familiar, 20% relatou que receberam ajuda do Sebrae, 17% se formalizou por conta própria, através do portal do Empreendedor, e 0% de outras formas

Destaca-se, nesses números, a importância da mobilização do Sebrae e parceiros para a formalização dos empreendedores individuais, já que 37% deles formalizaram-se por meio desses esforços, utilizando-se do atendimento do Sebrae ou do Portal do Empreendedor – gerido pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior com o apoio do Sebrae e parceiros, conforme SEBRAE/PE (2011). Contando também com os nove entrevistados que relataram que conseguiram se formalizar através de amigos ou familiares.

Fora isso, é importante ressaltar o trabalho de mobilização do Sebrae, tanto em Pernambuco como na esfera nacional, e parceiros junto a instituições como o Conselho Federal de Contabilidade e a FENACON, que pode ter contribuído para o percentual 33% dos EI que se formalizaram com o suporte de um contador.

Perguntados se pretendiam expandir o seu negócio para uma Microempresa, 24 responderam que sim e 6 declararam que não têm expectativa alguma de mudar, conforme mostra a Figura 5.2.4:

Figura 5.2.4 – O (a) senhor (a) pretende, nos próximos anos, expandir o seu negócio, deixando de ser um EI para se tornar uma Microempresa?



Fonte: O Autor (2016)

Partindo daí, conclui-se que a importância das instituições de apoio é muito grande nesses casos, pois, caso elas continuem capacitando os EI, eles terão cada vez mais potencial e confiança para contribuir com a geração de renda e emprego no país.

Por fim, os entrevistados responderam sobre a satisfação com a formalização, se recomendariam a formalização de Empreendedor Individual para pessoas que tivessem um negócio informal. A resposta foi unânime, 100% recomendaria.

É possível identificar, através desses números, que os Empreendedores Individuais de Tacaimbó estão satisfeitos com sua condição de formal, que conseguem enxergar vantagens na formalização. E, no cenário estadual, o SEBRAE/PE (2011) afirma que, tanto a sociedade ganha com a formalização dos EI, já que eles passam a pagar impostos e seguir a lei, quanto os próprios empreendedores individuais, como suas respostas explicitam, e assim também é para o município.

Ainda conforme o SEBRAE/PE (2011), este resultado demonstra que o número de empreendedores individuais pode crescer ainda mais, já que praticamente a totalidade dos formalizados recomendaria a formalização, de maneira que eles podem servir como multiplicadores para os informais.

CAPÍTULO 6 - CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E SUGESTÕES

6.1 Conclusões

A figura do Microempreendedor Individual vem, sem dúvida, trazendo resultados significativos, apesar de alguns desafios que ainda existem, e foi criada no intuito de desburocratizar e simplificar a vida dos pequenos empreendedores brasileiros. Este estudo, traz um cenário dos microempreendedores individuais da cidade de Tacaimbó, relacionando a situação do município com a realidade de estado e também do Brasil.

O Microempreendedor Individual, serve como porta de entrada para o empreendedorismo, tanto daqueles que iniciam um negócio por necessidade, quanto para aqueles que iniciam por oportunidade. E um dos principais pontos que podem ser abordados a partir dos resultados aqui apresentados, é o de que o MEI age como um empresário, com ganas de crescer, e assim se enxerga. Ademais, a figura do MEI tem servido com maneira de inclusão feminina, sendo esse o segmento de maior participação empresarial das mulheres.

Os números mostram que, para aqueles empreendedores que saíram da informalidade, o registro como MEI trouxe, de forma geral, aumento no faturamento, investimentos e um melhor controle financeiro.

Porém ainda há espaços para trabalhar o acesso do MEI a mercados, em especial, o de compras públicas e o de outras empresas. É uma lacuna que precisa ser preenchida com gestão do negócio, que para isso também se faz necessário dar apoio a esses empreendedores. Outro desafio indicado pelos resultados é o de sensibilizar ainda mais os órgãos públicos e sindicatos para confiar ao Microempreendedor Individual o mesmo tratamento dado a empresas de um porte maior.

Apesar de existir desafios a serem superados, o fato de que quase o total desses empreendedores recomendar a formalização, somado aos resultados obtidos por aqueles que se formalizaram, leva à conclusão que a figura do Microempreendedor Individual

foi acertada, sendo um importante instrumento de incentivo ao empreendedorismo por oportunidade, principalmente, à inclusão produtiva e à formalização.

Pretende-se, com o resultado da pesquisa, fornecer ao meio acadêmico, bem como aos demais órgãos interessados, não só o tipo de empreendedor que se formalizou, mas que vantagens e desvantagens podem ser inventariadas durante esse período, inclusive as perspectivas de crescimento do negócio a partir da sua formalização.

6.2 Limitações e Sugestões

A principal limitação deste estudo está na coleta da amostra, devido à dificuldade em ter acesso a todos os segmentos. Acrescenta-se a este fator, a falta de compreensão e de interpretação de algumas das questões, por parte dos empresários respondentes, e a divergência entre dados obtidos com a pesquisa de campo e aqueles presentes em órgãos oficiais, neste caso a RAIS, que exige que alguns dos dados apresentados aqui, sejam explorados de forma mais cautelosa.

O que pode ser acrescido como sugestão, é a questão da realização de mais estudos sobre o tema que possibilitem contribuir para o entendimento da Lei do MEI, por parte dos empresários locais, bem como a importância da sua aplicação para a economia do município. Esse tipo de estudo pode ser ofertado, inclusive, pela prefeitura, promovendo também alguns eventos na cidade para que sua população tome conhecimento de referida lei. E um tema que talvez possa ser mais trabalhado é a possibilidade de fornecer para governos, algo que foi muito pouco citado como principal motivo para a formalização.

REFERÊNCIAS

CAVALCANTI, M. et al. **Empreendedorismo Estratégico: Criação e Gestão de Pequenas Empresas**. Rio de Janeiro: Cengage Learning, 2008.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: Dando Asas ao Espírito Empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2005.

CUNHA, M. I. P. **Formalidade e Informalidade: questões e perspectivas**. Etnográfica, 2006.

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luísa**. 7. ed. São Paulo: Cultura, 2004.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. 5 ed. São Paulo: Cultura, 2003.

DORNELAS, J.C . de A. **Empreendedorismo: Transformando Idéias em Negócios**. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo, Transformando ideias em Negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2005. 2a ed.

GEM 2010 – GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – **Empreendedorismo no Brasil**. Acesso em: <http://www.sebrae.com.br>

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HIRATA, G. I.; MACHADO, A. F. **Conceito de Informalidade/Formalidade e Uma Proposta de Tipologia**. Econômica, 2008.

HISRICH, Robert D. & PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. Tradução de Lene Belon Ribeiro. 5 ed. Porto Alegre: Boolmam, 2004.

MACHADO, Joana Paula. **Empreendedorismo no Brasil: 2009 et al**. Curitiba: IBQP, 2010.

MALHOTRA, Naresh. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. Trad. Nivaldo Montingelli Jr.; Alfredo Alves de Farias. 3. ed. Porto Alegre, Bookman, 2001.

MATIAS-PEREIRA, J. **Manual de metodologia científica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MATIAS-PEREIRA, J. **Manual de metodologia científica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

PETERS, MICHAEL P.; HISRICH, ROBERT D. **Empreendedorismo**. Bookman Companhia 7Ed, 2008

SANTOS, B.; MELO, M. **Debates Sobre a Centralidade do Trabalho e a Participação na Informalidade**. International Journal on Working Conditions, 2011.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. **Perfil do Empreendedor e Desempenho Organizacional**. RAC, Curitiba, 2009.

SILVEIRA, Jane Paula; TEIXEIRA, Milton Roberto de Casto. **Empreendedor Individual e os Aspectos pós-formalização**. Revista do Núcleo Interdisciplinar de Pesquisa e Extensão. Patos de Minas: Unipam, vol. 1, nº 8, 2011.

SOUZA, Eda Castro Lucas; GUIMARÃES, Tomás de Aquino (org). **Empreendedorismo além do plano de negócios**. São Paulo: Atlas, 2005.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 10 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

ZANLUCA, Julio César. **MEI – Micro Empreendedor Individual**. Portal Tributário Editora e Maph Editora, 2011.

<http://cidades.ibge.gov.br>

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp128.htm

<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor-individual>

APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS

O(A) Senhor(a) está em atividade como Microempreendedor Individual?

() Sim. () Não (se não, parar entrevista aqui).

1- Perfil do respondente por gênero?

() Masculino () Feminino

2- Perfil do respondente por idade?

() Até 20 anos

() De 21 à 30 anos

() De 31 à 40 anos

() De 41 à 50 anos

() Acima de 51 anos

3- Qual o grau de escolaridade?

() Ensino Fundamental (Alfabetização a 8ª série) Incompleto

() Ensino Fundamental (Alfabetização a 8ª série) Completo

() Ensino Médio – 1º ao 3º ano ou Ensino Técnico

() Ensino Superior Incompleto

() Ensino Superior Completo

() Pós-graduação

4- Como tomou conhecimento do MEI?

() Através dos jornais

() Através da internet

() Através do SEBRAE

() Através da televisão

() Outros: _____

5- Qual a categoria de atividade da empresa?

- Mercado Conveniência Loja de Calçados
- Panificadora Bar/Barzinho Livraria
- Lanchonete Oficina Mecânica Sorveteria
- Restaurante Loja de Roupas Depósito
- Outros: _____

6- Qual era a principal ocupação antes de se registrar como Empreendedor Individual?

- Estava desempregado (a)
- Estava empregado (a) sem carteira assinada
- Estava empregado (a) com carteira assinada
- Já tinha o meu negócio atual, mas não era formalizado
- Já possuía meu negócio atual e já era formalizado

7- Há quanto tempo o(a) senhor(a) trabalha nessa atividade?

- Até 1 ano
- Acima de 1 ano até 2 anos
- Acima de 2 até 5 anos
- Acima de 5 anos até 10 anos
- Há mais de 10 anos

8- Quantos familiares (esposa, filhos, parentes) trabalham ou colaboram no seu negócio?

- Nenhum
- Um
- Dois
- Três
- Quatro ou mais

9- Além dos familiares, quantos empregados (com ou s/ carteira) trabalham no seu negócio?

- Nenhum

- Um
- Dois
- Três
- Quatro ou mais

10- O(A) senhor(a) já trabalhava nesta atividade anteriormente à formalização?

- Sim, de maneira informal
- Sim, como empregado
- Sim, como autônomo
- Sim, como sócio de empresa tributada normalmente
- Não

11- Qual foi o principal motivo para o(a) senhor (a) ter se registrado como Empreendedor Individual?

- Benefícios do INSS (aposentadoria, auxílio doença, salário – maternidade, pensão, etc.)
- Possibilidade de emitir nota fiscal
- Possibilidade de vender para o governo
- Ter uma empresa formal
- Facilidade de conseguir empréstimo
- Facilidade de abrir a empresa
- Outro: _____

12- Após o(a) senhor(a) ter se registrado como Empreendedor Individual, o que aconteceu com as vendas do seu negócio?

- Diminuíram
- Não se alteraram
- Aumentaram

13- O(A) senhor(a) pretende nos próximos anos, expandir o seu negócio, deixando de ser um Empreendedor Individual para se tornar uma Microempresa?

- Sim
- Não

14- O(A) senhor(a) recomendaria a formalização como Empreendedor Individual para alguém que tenha um negócio informal?

() Sim

() Não

15- Como o(a) senhor(a) se formalizou como Empreendedor Individual?

() Me formalizei por conta própria, no Portal do Empreendedor.

() Me formalizei com o apoio de um contador.

() Me formalizei com o apoio de um amigo ou familiar.

() Me formalizei com o apoio do Sebrae.

() Outro: _____