

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho monográfico trata dos benefícios ao trabalhador informal através do micro empreendedor individual, demonstrando a relevância da formalização de autônomos e profissionais informais, assim como orientar quanto aos benefícios e avanços da categoria.

A partir do século XX, com o advento da CLT – Consolidação da Leis do Trabalho, foi possível observar as noções de formalidade e informalidade no cenário nacional.

Após este período, já no século XXI, em meio à globalização e ao mercado competitivo as organizações buscam se aperfeiçoar para se manterem estáveis no mercado, e começaram a surgir conceitos como qualidade e inovação com o fim de caracterizar melhores resultados no desempenho das organizações.

Inicialmente, o trabalho informal foi visto como uma solução provisória para a questão do desemprego no cenário nacional brasileiro, entretanto, o crescimento deste tipo de atividade ultrapassou as expectativas e ocorreu um aumento no número de pessoas que buscam no setor informal um meio de sobreviver, através de atividades como vendedoras ambulantes, pipoqueiros, motoqueiros, entre outros.

Assim, segundo a Lei Complementar nº. 128 de 19/12/2008 do Governo Federal que institui o microempreendedor Individual, cujo objetivo é a formalização do trabalhador que até então era informal. Com o intuito de legalizar a empresa das pessoas que trabalham por conta própria tornando os negócios formalizados passando dessa forma o responsável a ter personalidade jurídica, tendo direito a vários benefícios, e a partir destas informações, identificar quais os principais benefícios ao trabalhador informal através da implantação do MEI.

Deste modo, o problema da presente pesquisa envolve a seguinte questão: Quais os principais benefícios que levam os trabalhadores informais a tornarem-se um microempreendedor individual?

Neste sentido, o presente estudo tem como objetivo principal identificar quais os principais benefícios que levam os trabalhadores informais a se tornarem um microempreendedor Individual, bem como verificar os benefícios percebidos em se

tornar um empreendedor Individual, estudar os aspectos legais que regem o MEI e identificar as características do microempreendedor individual.

Segundo o Código Civil Brasileiro (2002), empresário é:

[...] quem exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços.

Parágrafo único. Não se considera empresário quem exerce profissão intelectual, de natureza científica, literária ou artística, ainda com o concurso de auxiliares ou colaboradores, salvo se o exercício da profissão constituir elemento de empresa.

Logo, a Lei Complementar nº. 128/2008 surge uma nova oportunidade para regularização de milhares de profissionais que se encontram no mercado informal, tornando-se totalmente legalizados sob a figura jurídica do Empreendedor Individual, usufruindo assim dos benefícios adquiridos com esta nova legislação e isso é bom para o cidadão, benéfico para a economia e para o país. Temos que fazer com que esses produtores e trabalhadores, saiam da marginalização da questão da atuação fora dos padrões legais e possam efetivamente, pagando muito pouco, se legalizar e ter um futuro garantido.

O empreendedorismo é o processo de criação de valor pela utilização de forma diferente dos recursos, buscando explorar uma oportunidade.

O trabalho foi desenvolvido através de um estudo de caso, pesquisas bibliográficas e pesquisa quantitativa visando uma análise no Camelódromo da cidade de Caratinga-MG.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo

“A palavra empreendedor origina-se da palavra *entrepreneur* que é francesa, e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo” (HISRICH, 1986, p.96).

É a definição de uma ideia, através de um conjunto de fatores, de pessoas e processos, em uma oportunidade de negócio trazendo algo novo ou uma nova imagem para um produto.

Um exemplo de empreendedorismo surgiu quando Marco Pólo, queria estabelecer uma rota comercial para o Oriente a fim de vender as mercadorias de um homem (capitalista). Com isso, Marco Pólo ficou conhecido como “o aventureiro empreendedor”. Correndo riscos físicos e emocionais a fim de vender as mercadorias (DORNELAS, 2008, p.14).

Por meio de acontecimentos históricos, os empreendedores participaram ativamente da construção do sistema econômico e industrial, gerando renda e riquezas, com essas mudanças o empreendedor ganhou novos conceitos com definições sobre suas perspectivas ideias.

Para Fortin (1992, apud DOLABELA, 1999b, p.68), “empreendedor é uma pessoa capaz de transformar um sonho, um problema ou uma oportunidade de negócios em uma empresa viável”.

Outro conceito de empreendedor é definido como “aquele que encontra uma oportunidade no atual momento, criando um equilíbrio em um ambiente de caos e turbulência” (KIRZNER, 1973 apud DORNELAS, 2005, p.39).

Dornelas (2008, p. 22) firma que, o empreendedorismo como sendo o “[...] envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades.” O autor ainda comenta que a várias definições para o termo empreendedor, mas o conceito mais antigo, que melhor descreve o empreendedor é o de Joseph Schumpeter (1949), ao afirmar que “O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela

exploração de novos recursos e materiais” (SCHUMPETER, 1949, *apud* DORNELAS, 2008, p. 22).

Segundo a doutrina de Bolson (2003, p. 59):

O conceito de empreendedor não serve apenas para pessoas que quebram paradigmas, inovam ou revolucionam. Ele se aplica também a qualquer pessoa que assume riscos e tenta adicionar valor a negócio, mesmo já existente e conhecido. Afinal, a maioria das novas empresas não traz ideias inovadoras ou revolucionárias para o mercado, mas atende a demandas comuns da sociedade.

Para melhor entendimento da evolução do conceito empreendedorismo, Peters e Hsrich (2002) apresentam uma cronologia onde a figura do empreendedor teve algumas mudanças ao longo do tempo. Define-se :

Origina-se do francês: significa aquele que está entre ou estar entre. Idade Média: participante e pessoa encarregada de projetos de produção em grande escala.

Século XVII: pessoa que assumia riscos de lucro (ou prejuízo) em um contrato de valor fixo com o governo.

1725: Richard Cantillon - pessoa que assume riscos é diferente da que fornece capital.

1803: Jean Baptiste Say - lucros do empreendedor separados dos lucros de capital.

1876: Francis Walker - distinguiu entre os que forneciam fundos e recebiam juros e aqueles que obtém lucro com habilidades administrativas.

1934: Joseph Schumpeter - o empreendedor é um inovador e desenvolve tecnologia que ainda não foi testada.

1961: David McClelland - o empreendedor é alguém dinâmico que corre riscos moderados.

1964: Peter Drucker - o empreendedor maximiza oportunidades.

1975: Albert Shapero - o empreendedor toma iniciativa, organiza alguns mecanismos sociais e econômicos, e aceita riscos de fracasso.

1980: Karl Vésper - o empreendedor é visto de modo diferente por economistas, psicólogos, negociantes e políticos.

1983: Gifford Pinchot - o intra-empreendedor é um empreendedor que atua dentro de uma organização já estabelecida.

1985: Robert Hisrich - o empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação econômica e pessoal.

Em todas as definições, podemos entender que o empreendedor é aquele que encontra uma oportunidade, sempre ligado no que esta acontecendo no mundo, buscando adquirir conhecimento e informações, pois dessa maneira, a oportunidade do empreendimento obter o sucesso esperado.

2.2 Empreendedorismo no Brasil

O surgimento dos primeiros empreendedores no Brasil foi devido a uma abertura maior da economia na década de 90. Porém esses novos empreendedores não possuíam os conhecimentos necessários para administrar seus negócios.

Foi a partir desse surgimento do pequeno empreendedor que o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) começou a dar um suporte técnico e auxiliar esses novos empreendimentos.

O SEBRAE é amplamente conhecido entre os pequenos empresários brasileiros, com finalidade de informar e dar suporte necessário para a abertura de uma empresa, bem como acompanhar através de consultorias seu andamento, solucionando pequenos problemas do negócio.

Este órgão está de certa forma, implantando a cultura empreendedora nas universidades brasileiras, ao promover em parceria com outros países, o “Desafio SEBRAE, uma competição entre acadêmicos de várias nacionalidades, que têm como tarefa, administrar uma empresa virtual” (SEBRAE, 2009).

Dornelas (2005, p. 26) aduz que:

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. Antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas.

A SOFTEX foi criada para ampliar o mercado de software, incentivando através da exportação e a produzindo nacionalmente, para isso foram desenvolvidos cursos para a capacitação em gestão e tecnologia dos empresários de informática. Além de alavancar o desenvolvimento de tecnologias nacionais, essa entidade conseguiu através de seus programas, popularizar no país termos como “plano de negócios” que até então eram desconhecido pelos empresários (SOFTEX, 2009).

Segundo o estudo do GEM (Global Entrepreneurship Monitor), uma pesquisa que mede a evolução do empreendedorismo no Brasil existem dois tipos de empreendedorismo no país.

Valemo-nos novamente dos ensinamentos de Dornelas (2005, p. 28) que caracteriza a primeira:

O empreendedorismo de oportunidade, onde o empreendedor visionário sabe aonde quer chegar, cria uma empresa com planejamento prévio, tem mente o crescimento que quer buscar para a empresa e visa à geração de lucros, empregos e riquezas.

E 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. (DORNELAS, 2005, p.28).

Portanto, percebe-se que o início da difusão do empreendedorismo no Brasil, nasce, com o apoio da administração pública que criou o microempreendedor individual, como uma opção para as pessoas se formalizarem tendo, inclusão social e econômica, como cidadãos que exercem e cumprem a lei do País.

2.3 Características do empreendedor

O empreendedor pode se caracterizar por aquele que nasce com as características para ser dono de seu próprio negócio, ou aquele influenciado pelo meio em que vive como pela família, formação e a prática adquirida ao decorrer de suas experiências de vida.

Segundo o SEBRAE (2009), as principais características do perfil do empreendedor são:

- Autoconfiança: Ter consciência de seu valor, sentir-se seguro em relação a si mesmo e, com isso, poder agir com firmeza e tranquilidade;
- Auto-motivação: Buscar a realização pessoal através do trabalho, com entusiasmo e independência;
- Elevado poder de comunicação: Capacidade para transmitir e expressar ideias, pensamentos, emoções com clareza e objetividade;
- Criatividade: Capacidade de buscar soluções viáveis e melhores para a resolução de problemas;

- Flexibilidade: Capacidade para compreender situações novas, estar disponível para rever posições, aprender;
- Energia: Força vital que comanda as ações dos indivíduos – capacidade de trabalho - “pique”;
- Iniciativa: Capacidade para agir de maneira oportuna e adequada sobre a realidade, apresentando soluções, influenciando acontecimentos e se antecipando às situações;
- Integridade: Qualidade do caráter, ligada à retidão de princípios, imparcialidade, honestidade, coerência e comprometimento (com as pessoas, com o negócio e consigo mesmo);
- Liderança: Capacidade para mobilizar as energias de um grupo de forma a atingir objetivos;
- Negociação: Capacidade para fazer acordos cooperativos como meio de obter o ajustamento de interesses entre as partes envolvidas;
- Perseverança: Capacidade de manter-se firme e constante em seus propósitos, porém, sem perder a objetividade e clareza frente às situações (saber perceber limites);
- Persuasão: Habilidade para apresentar suas ideias e/ou argumentos de maneira convincente;
- Capacidade de Planejamento: Capacidade para mapear o meio ambiente, analisar recursos e condições existentes, buscando estruturar uma visão de longo prazo dos rumos a serem seguidos para se atingir os objetivos;
- Relacionamento interpessoal: Habilidade de conviver e interagir adequadamente com as outras pessoas;
- Resistência à frustração: Capacidade de suportar situações de não satisfação de necessidades pessoais ou profissionais, sem se comportar de maneira derrotista, negativa ou confusa;
- Sensibilidade administrativa: Capacidade para planejar, executar e gerir através de processos organizados, sistemáticos e eficazes.

2.4 Características do microempreendedor individual

A LC nº. 123/2006, que criou o Simples Nacional visava incentivar a regulamentação das “empresas” que trabalham na informalidade, objetivando 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.

Foi um desafio grandioso do Brasil buscar proporcionar aos trabalhadores informais a oportunidade de tornar seu trabalho formal, através de baixo custo e o mínimo de burocracia possível.

Assim, como já mencionado oportunamente, empreendedor individual é aquele que trabalha por conta própria, fazendo da sua profissão um negócio.

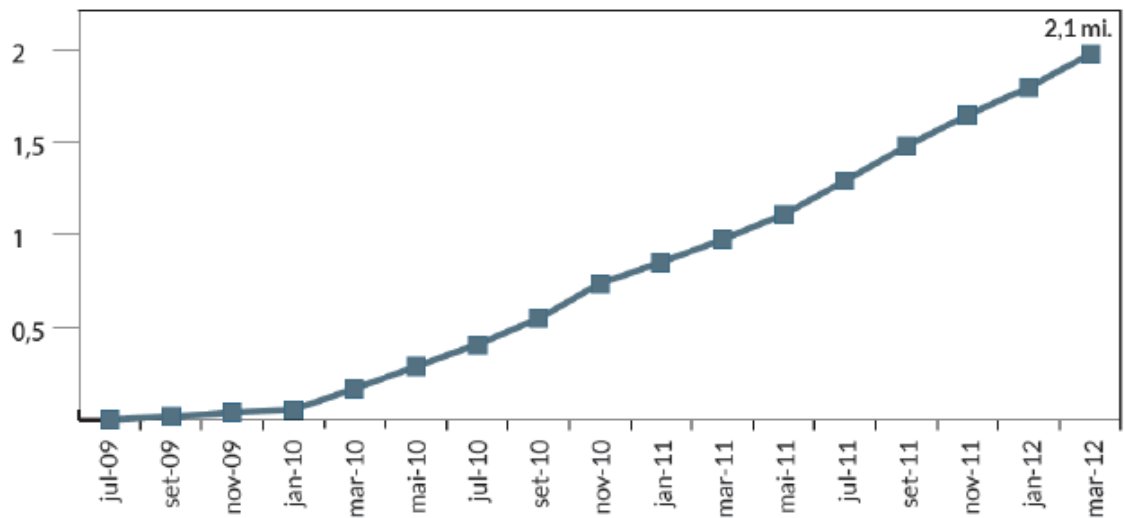
De acordo com a FENACON (2009), o conceito de MEI é todo Empreendedor Individual que desempenhe atividades previstas determinadas pelo Simples Nacional.

Deste modo, no I Seminário do Simples Nacional no Estado da Bahia (2009), realizado pela Secretaria da Fazenda do Estado da Bahia, ficou caracterizado que o MEI não é considerado “Porte” e não é “Natureza Jurídica”, mas seu porte é considerado de microempresa, sendo relevante ressaltar ainda que o MEI detém os mesmos direitos assegurados às ME e EPP pela LC nº. 123/2006 nas áreas trabalhistas, de licitação, acesso ao crédito, acesso à justiça, entre outros.

Desde a sua criação, o número de registros referentes à formalização quanto ao empreendedor individual aumenta gradativamente, por possibilitar que os trabalhadores por conta própria, através do recolhimento de tributos de forma mais viável, possam usufruir de benefícios que anteriormente estavam disponíveis apenas aos trabalhadores que já estavam inseridos no mercado formal.

Este crescimento pode ser observado no gráfico demonstrado abaixo, em pesquisa realizada pelo SEBRAE (2012), no período de julho/2009 a abril/2012.

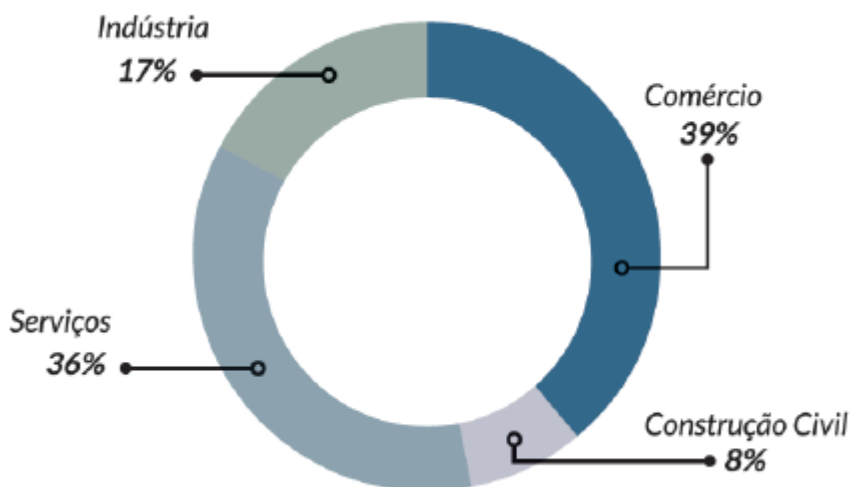
Gráfico 2.1: Número acumulado de MEI (jul/09 a abr/12, em milhões)



Fonte: SEBRAE a partir de dados da Receita Federal, 2012

Dentre as atividades que mais se destacam entre os optantes do MEI estão o comércio, cabeleireiros, lanchonetes e obras de alvenaria. O SEBRAE (2012), a partir de dados obtidos da Receita Federal, elencou as 10 atividades mais frequentes no MEI, conforme o gráfico 2.2 e tabela 2.1.

Gráfico 2.2: Distribuição dos MEI (Setores da Indústria)



Fonte: SEBRAE, 2012

Tabela 2.1: Atividades mais frequentes entre os MEI

	Atividades	Qtde. MEI	%	Crescimento - mai/11 x abr/12
1	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	214.228	10,4%	93%
2	Cabeleireiros	150.826	7,3%	82%
3	Obras de alvenaria	62.036	3,0%	117%
4	Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares	59.264	2,9%	79%
5	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	53.947	2,6%	77%
6	Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas	51.317	2,5%	77%
7	Atividades de estética e outros serviços de cuidados com a beleza	47.576	2,3%	132%
8	Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar	39.648	1,9%	93%
9	Instalação e manutenção elétrica	37.931	1,8%	95%
10	Reparação e manutenção de computadores e de equipamentos periféricos	37.930	1,8%	61%
	Total	754.703	36,7%	-

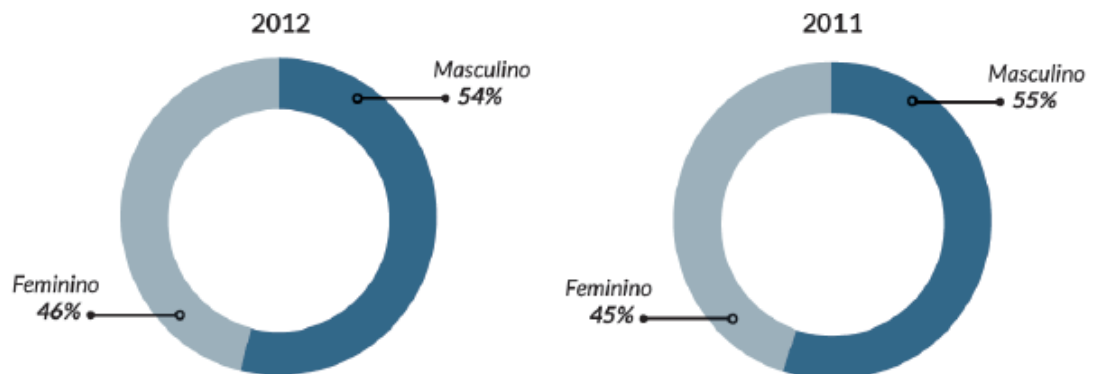
Fonte: SEBRAE, 2012

Destes ramos de atividades de empreendedores, evidencia-se ainda um aumento da opção por mulheres entre os anos de 2011 e 2012, mas o número de microempreendedores homens continua quase 10% maior.

Necessário de faz ressaltar ainda que a faixa etária como maior número de inscritos na categoria é de 30 a 39 anos, o qual correspondem por 33%. Já a segunda faixa é a de 40 a 49 anos que é responsável por 23,6%, seguida da faixa de 25 a 29 anos com 15,8% PESQUISA SEBRAE, 2012. O que ficou evidenciado com esta pesquisa foi que a maioria dos microempreendedores no Brasil possuem menos de 40 anos, quando da constituição de sua empresa.

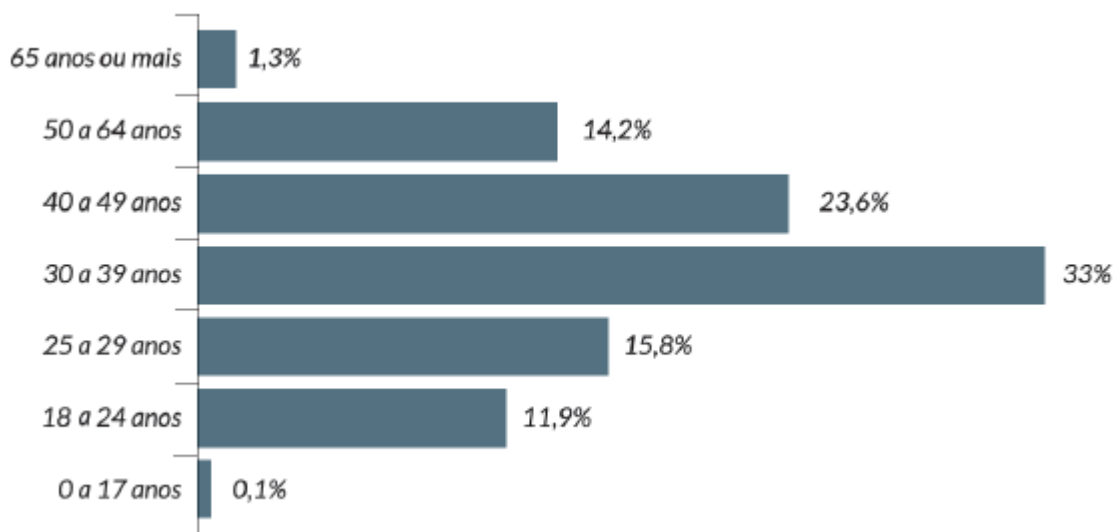
Tais dados podem ser mais bem observados nos gráficos apresentados abaixo:

Gráfico 2.3: Comparativo da distribuição de MEI por sexo



Fonte: SEBRAE, 2012.

Gráfico 2.4: Faixa etária dos participantes do MEI

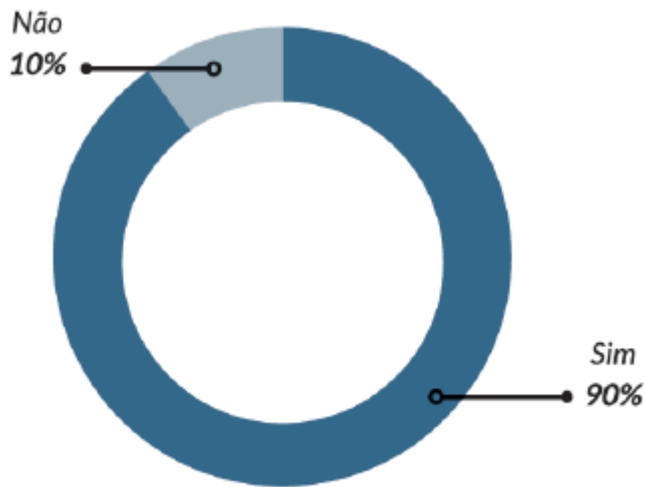


Fonte: SEBRAE, 2012.

O SEBRAE (2012) realizou ainda através de pesquisas, o levantamento acerca do número de MEI's em atividade no Brasil, bem como do grau de escolaridade microempreendedores. Cerca de 90% dos registrados na Receita Federal declaram estar em atividade, enquanto 10% declaram não estar em atividade (PESQUISA SEBRAE, 2012) e, quase metade dos microempreendedores ativos, possuem escolaridade em nível médio ou técnico.

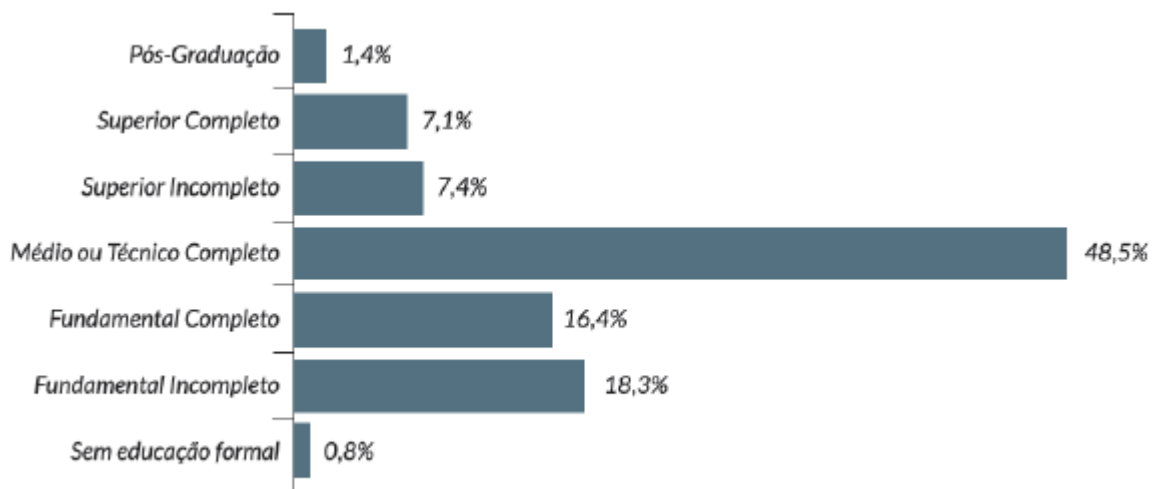
Tais estatísticas podem ser observadas nos gráficos a seguir:

Gráfico 2.5: Percentual de MEI's em atividade



Fonte: SEBRAE, 2012

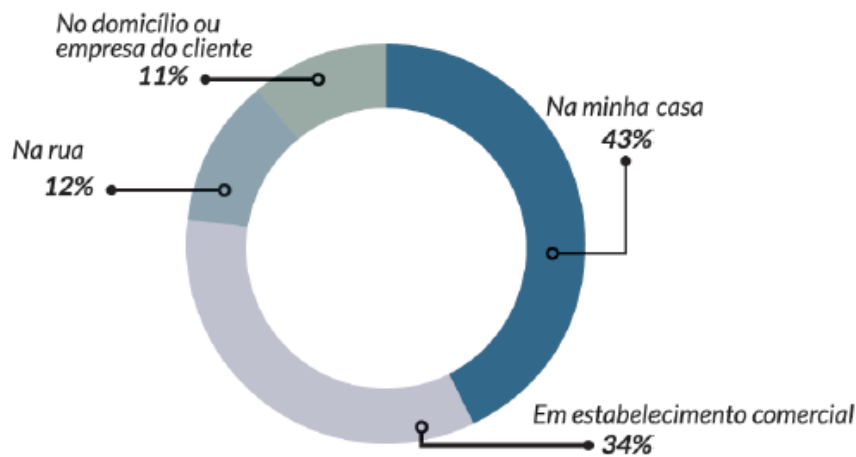
Gráfico 2.6: Nível de escolaridade médio do microempreendedor no Brasil



Fonte: SEBRAE, 2012.

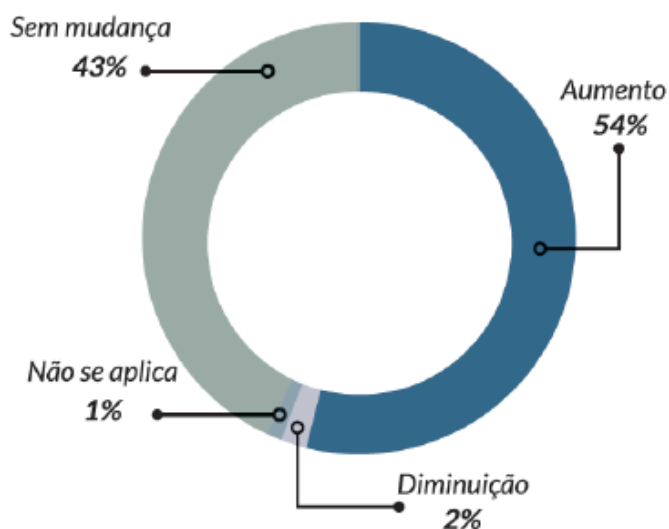
Outra característica típica dos microempreendedores individuais é o local de atendimento ou prestação do serviço.

Através de pesquisa, o SEBRAE (2012) concluiu que 43% dos microempreendedores trabalham em casa, enquanto 34% possuem estabelecimento comercial.

Gráfico 2.7: Localização da prestação de serviço

Fonte: SEBRAE, 2012.

Prosseguindo na análise das características do MEI, a pesquisa do SEBRAE (2012) constatou que, com a formalização do negócio daqueles que possuíam um negócio informal, a realidade mudou consideravelmente, tendo sido investido e estruturado o negócio no sentido de faturamento, investimentos, vendas para outras empresas, vendas para o governo, controle financeiro e preço pago aos fornecedores.

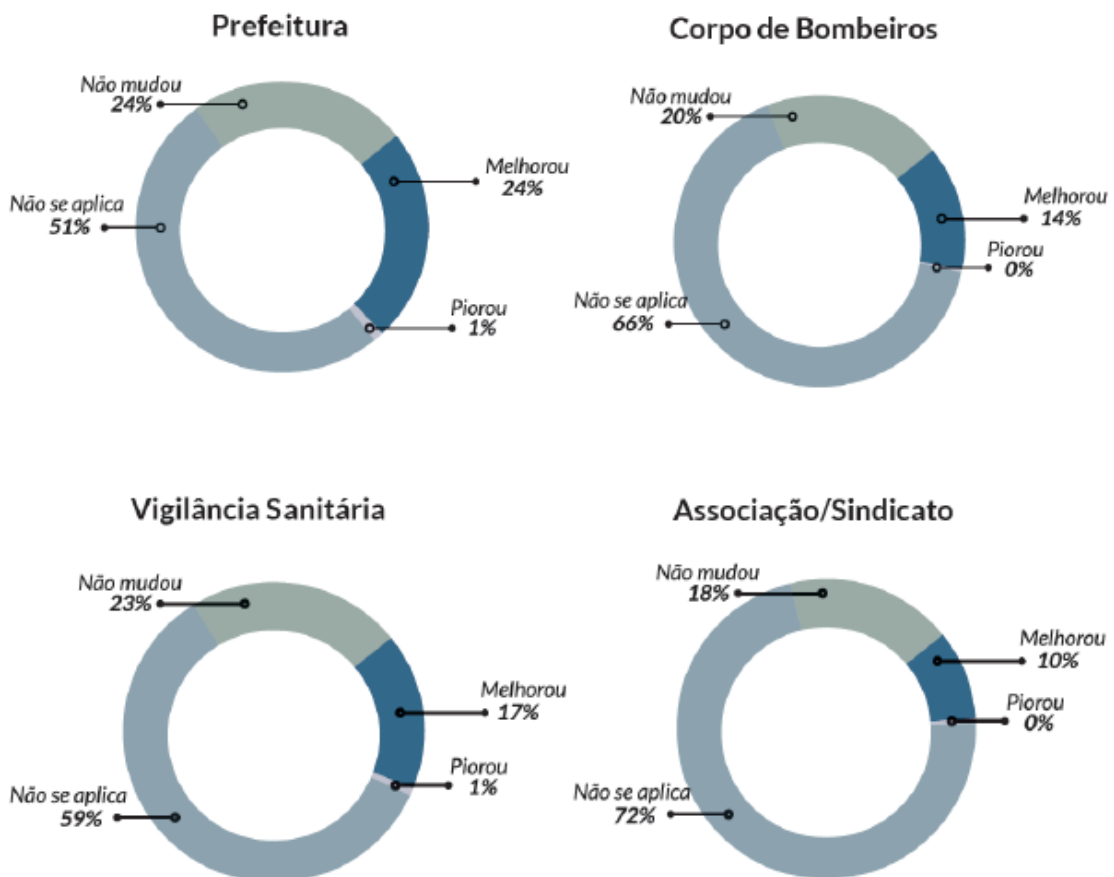
Gráfico 2.8: Investimentos auferidos após a formalização

Fonte: SEBRAE, 2012.

No gráfico 2.8, os percentuais referem-se ao questionamento quanto aos investimentos, onde 54% afirmaram ter tido aumento, 43% afirmaram não haver mudança, 2% afirmaram ter tido uma queda no faturamento, e 1% declarou que a pergunta não se aplicava.

Outro aspecto relevante em relação à formalização é quanto ao relacionamento com os órgãos públicos, como por exemplo prefeitura, corpo de bombeiros, vigilância sanitária e associação/sindicato.

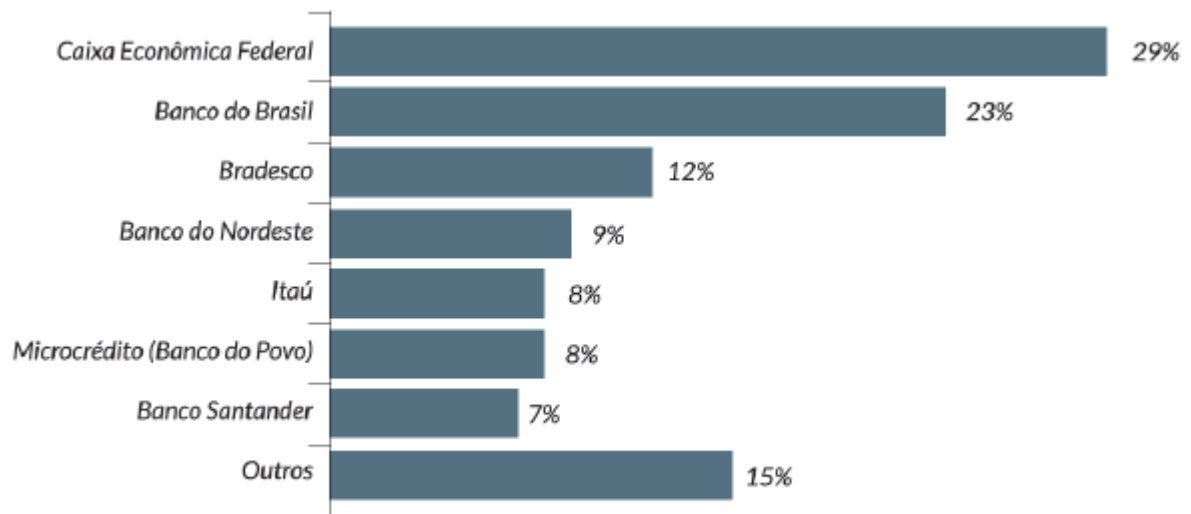
Gráfico 2.9: Mudança na relações com órgãos públicos após a formalização



Fonte: SEBRAE, 2012

Além das alterações já demonstradas, após a formalização do microempreendedor, a busca por crédito nos bancos e instituições financeiras aumentou consideravelmente, como pode ser demonstrado no gráfico 2.10.

Gráfico 2.10: Instituições bancárias que concederam empréstimos aos MEI's



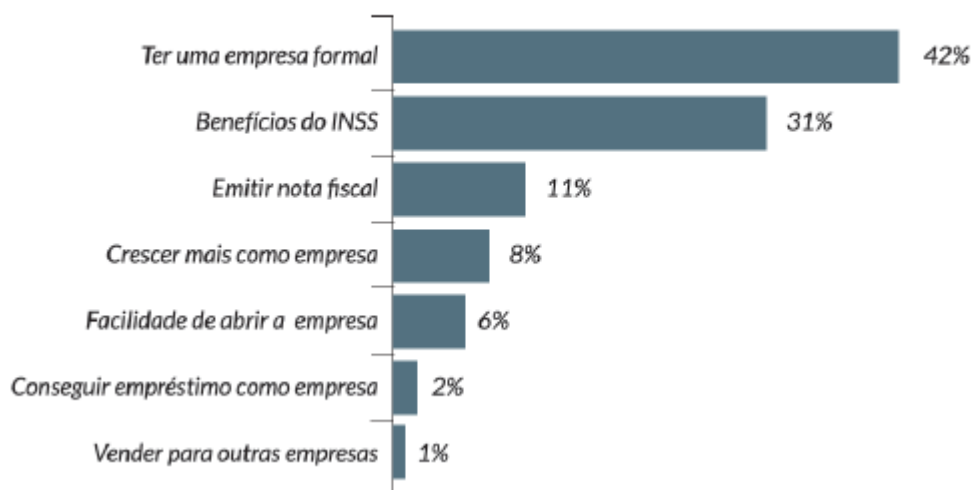
**A soma é superior a 100% pois um indivíduo pode ter buscado empréstimo em mais de uma fonte.*

Fonte: SEBRAE, 2012.

Por fim, a pesquisa procurou enumerar as razões pelas quais as pessoas buscaram a formalização através da opção por se tornar um microempreendedor individual.

Gráfico 2.11: Principais motivos para formalização através do MEI

Gráfico 11 – Principais motivos para formalização - Detalhado



Fonte: SEBRAE, 2012.

2.5 Dos requisitos para se tornar um microempreendedor individual

Os requisitos a serem cumpridos para qualquer indivíduo que queira se tornar um microempreendedor individual estão elencados no artigo 18-A da LC nº. 128/2008, quais sejam:

- Ter uma receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 36.000,00 (trinta e seis 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.

Assim, para que o trabalhador informal possa se enquadrar nas condições exigidas e se tornar um Empreendedor Individual, deverá comprovadamente cumprir o disposto acima.

Ao se tornar um Empreendedor Individual sob a figura jurídica do MEI, o optante pelo SIMEI recolhe todos os impostos incidentes sobre sua receita através do Documento de Arrecadação do Simples Nacional Microempreendedor Individual (DASMEI).

O valor fixo a ser recolhido pelo MEI mensalmente, será de no máximo R\$ 62,10 (sessenta e dois reais e dez centavos) para os empreendedores que não tiverem empregados, independente da receita auferida no mês, respeitando o limite para seu enquadramento.

Este valor tem vigência a partir do dia 1º de janeiro de 2010. Já para o valor devido a partir de 1º de julho de 2009 a 31 de dezembro de 2009 era de R\$ 57,15 (cinquenta e sete reais e quinze centavos).

A fixação dos valores a serem recolhidos pelo EI traz ao trabalhador segurança e simplicidade no momento da sua formalização, sendo assegurado a este, o custo já fixo dos tributos a serem desembolsados na sua regularização.

2.6 Da tributação referente ao MEI

O empreendedor enquadrado no MEI que possui apenas 1 funcionário registrado, é regido por algumas condições especiais, conforme ajustado pelo artigo 18-C da LC nº. 128/2008 a saber:

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.

Logo, 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).

Além de ter uma carga tributária com benefícios ao empreendedor individual, o optante pelo MEI ainda estará isento de alguns tributos.

Neste sentido, a FENACON (2009) elenca quais regras tributárias não são aplicáveis ao MEI:

- 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.

Deste modo, as dispensas caracterizadas pela FENACON, são uma garantia da LC nº. 128/2008 para assegurar ao microempreendedor uma maneira mais simples de cumprir com suas obrigações tributárias.

2.7 Das atividades características do MEI

Para exercer as atividades típicas do MEI, o microempreendedor deverá manter um controle eficaz de gestão por meio de caixas diário, planilhas de controle, e emissão de notas fiscais, por exemplo. Assim, na comercialização para pessoa jurídica será obrigatório a emissão de nota fiscal de qualquer porte (CARTILHA SEBRAE, 2012).

Segundo o SEBRAE (2012), no estado de Minas Gerais a emissão de notas fiscais para os contribuintes do ICMS (Comércio e/ou indústria) poderá ser feita de duas maneiras a saber:

- Nota fiscal avulsa poderá ser emitida por meio eletrônico, poderá ser solicitada no portal da Secretaria de Estado da Fazenda (SEF);
- Bloco de Nota Fiscal série D, poderá ser solicitada junto à gráfica autorizada pela Administração Fazendária (AF). Basta protocolar um pedido junto a Secretaria de Estado da Fazenda (SEF) para autorização, através do SIARE.

Além disso, o empreendedor deverá ficar atento as obrigações mensais que deverá cumprir, como o pagamento do DAS (Documento de Arrecadação Simplificada), que é referente aos impostos de ICMS ou ISS e INSS, que são pagos mensalmente. A guia mencionada deverá ser paga até a data escolhida de pagamento e deverá ser emitida através do Portal do Empreendedor, caso o pagamento seja feito com atrasado deverá ser emitida uma nova guia a ser paga no dia do pagamento (CARTILHA SEBRAE, 2012).

3 ESTUDO DE CASO

3.1 Apresentação da estrutura do Camelódromo

Neste item demonstrou-se o estudo de caso, que se baseou nos resultados obtidos através de entrevistas com os proprietários dos boxes no Camelódromo de Caratinga.

O camelódromo no calçadão da Rua Miguel de Castro, possui uma estrutura de 44 barracas que foram montadas e ganharam forma dando origem ao chamado “Centro Comercial Popular Ronaldo Batista da Silva” (JORNAL DE CARATINGA).

Ao todo, os boxes do camelódromo ocuparam um espaço de 200 metros quadrados no “calçadão” da Rua Miguel de Castro.

O camelódromo havia sido passado para a Rua Dr. José de Paula Maciel, o que gerou um descontentamento muito grande nos comerciantes e um plebiscito realizado pelos camelôs no próprio “Calçadão da Miguel de Castro” também favoreceu o retorno da categoria ao local.

De acordo com a categoria, no total, foi investida uma quantia que gira em torno de 90 mil reais para a padronização dos boxes. Dinheiro que conforme o presidente da Associação dos Camelôs, veio da própria classe.

Na época em que teve início a construção das barracas, questionado sobre as opiniões contrárias, principalmente, dos comerciantes, em relação ao retorno dos camelôs ao “calçadão”, o presidente da associação destacou que a imprensa da cidade de Caratinga apoiou a causa e retorno deles.

3.2 Metodologia de Estudo

A metodologia deste trabalho teve por finalidade verificar a realidade dos trabalhadores informais do Camelódromo de Caratinga, demonstrando os benefícios em que poderá incorrer, caso se formalizem através do MEI.

Neste estudo tomou-se como base o *survey*, termo em inglês que se destina a “pesquisa em grande escala” e desenvolve uma abordagem quantitativa, que visa apresentar as opiniões das pessoas através de questionários, entrevistas, etc.

Foi necessário realizar uma pesquisa descritiva, onde foram estudadas as principais características e aspirações dos camelôs. Assim, segundo Gil (2002, p.42):

[...] as pesquisas descritivas tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou então, o estabelecimento de relação entre variáveis. [...] uma de suas características mais significativas esta na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática.

O estudo monográfico iniciou-se através de pesquisa bibliográfica dos assuntos e conceitos mencionados desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, sites de internet e publicações acadêmicas.

Cervo e Bervian (1996, p.48) afirmam que, “a pesquisa bibliográfica é meio de formação por excelência”. Constitui geralmente o primeiro passo de qualquer pesquisa científica. E a primeira fonte básica para o estudo foi à pesquisa bibliográfica.

Quanto aos procedimentos técnicos, o estudo se utilizou de 01 questionário, direcionado aos proprietários dos boxes no Camelódromo de maneira clara e objetiva e de forma que não fosse necessária a presença do questionador.

A diferença entre questionário e formulário é feita por Andrade (2003, p.149), que caracteriza que:

Inicialmente, cumpre fazer distinção entre questionário e formulário. Questionário é um conjunto de perguntas que o informante responde, sem necessidade da presença do pesquisador. O formulário também é constituído de uma série de perguntas, mas não dispensa a presença do pesquisador. [...] Para elaborar as perguntas de um questionário é indispensável levar em conta que o informante não poderá contar com explicações adicionais do pesquisador. Por este motivo, as perguntas devem ser muito claras e objetivas. A preferência deve recair sobre o emprego de perguntas fechadas, ou seja, as que pedem repostas curtas e previsíveis. Perguntas fechadas são aquelas que indicam três ou quatro opções de resposta, ou se limitam à resposta afirmativa ou negativa, e já trazem espaços destinados à marcação da escolha.

Os dados foram coletados durante o mês de novembro de 2013, onde foram distribuídos os questionários em todos os box, e agendado o dia para coleta dos documentos devidamente preenchidos.

As questões foram elaboradas a fim de identificar e apresentar a realidade dos camelôs na cidade de Caratinga.

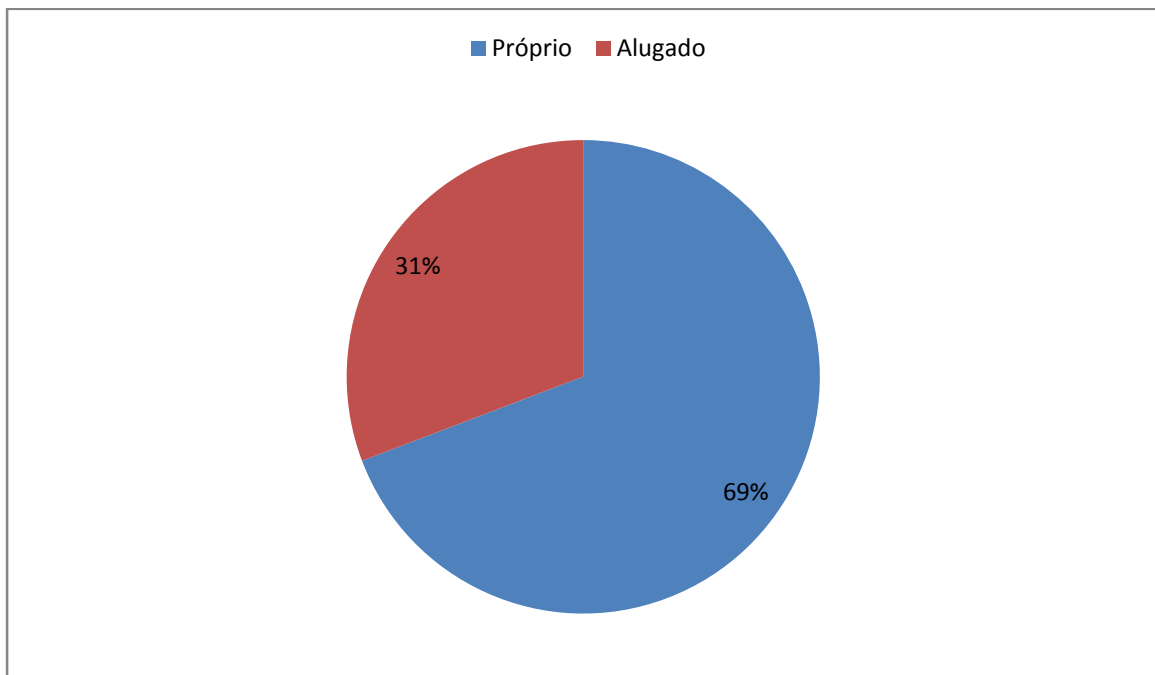
3.3 Análise dos dados socioeconômicos dos camelôs

Nesta fase da pesquisa, foram destacados os dados colhidos no questionário aplicados aos camelôs.

Assim sendo, foi possível identificar pelos registros, a forma como são caracterizados, seu faturamento, faixa etária, nível de escolaridade e como se tornaram vendedores no Camelódromo de Caratinga/MG.

3.3.1 Análise dos gráficos

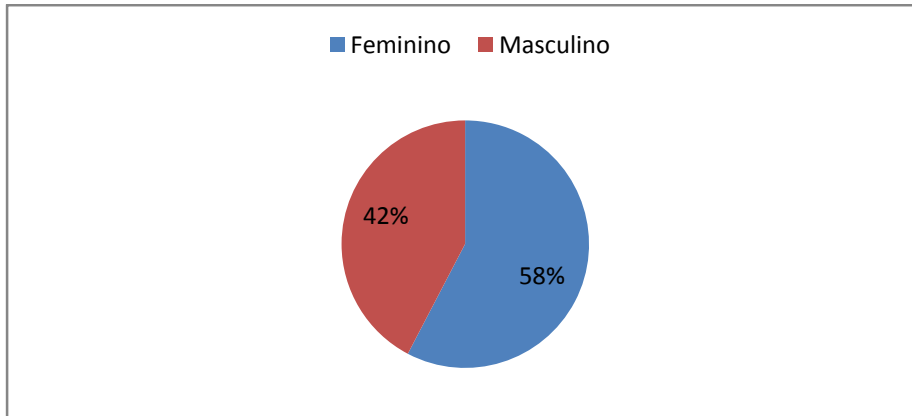
Gráfico 3.1: Propriedade dos boxes



Fonte: elaborado pelos alunos

No gráfico 3.1, observa-se que dos entrevistados, 69% são proprietários de seus boxes e 31% alugaram de outros comerciantes.

Gráfico 3.2: Número de proprietários por gênero

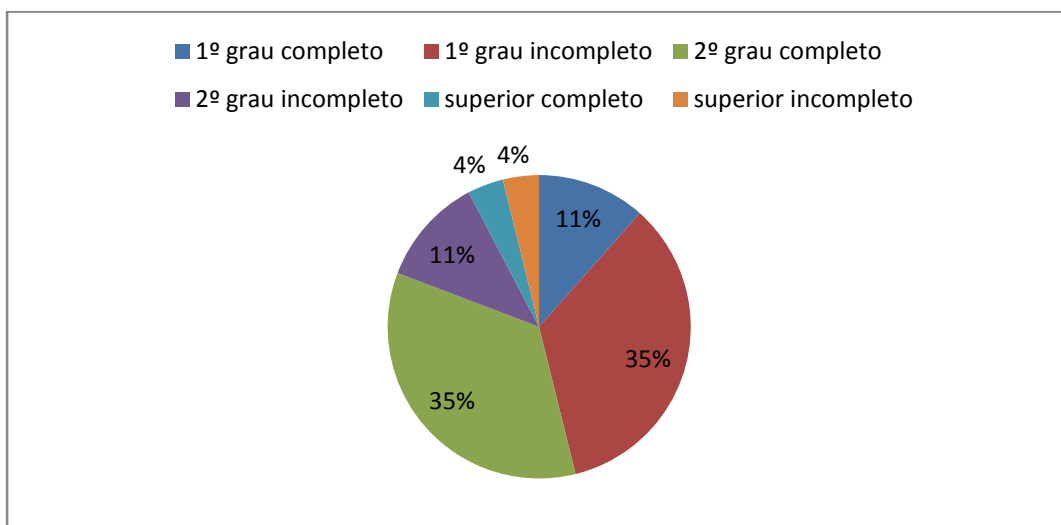


Fonte: elaborado pelos alunos

No gráfico acima, ficou evidenciado que a maioria dos camelôs que trabalham no calçadão da Rua Miguel de Castro são mulheres, ao contrário do número de microempreendedores formalizados, onde o número de homens é maior.

Quanto à nacionalidade, todos são brasileiros. Outro aspecto relevante é quando à escolaridade dos camelôs, o que poderá ser observado no gráfico 3.3.

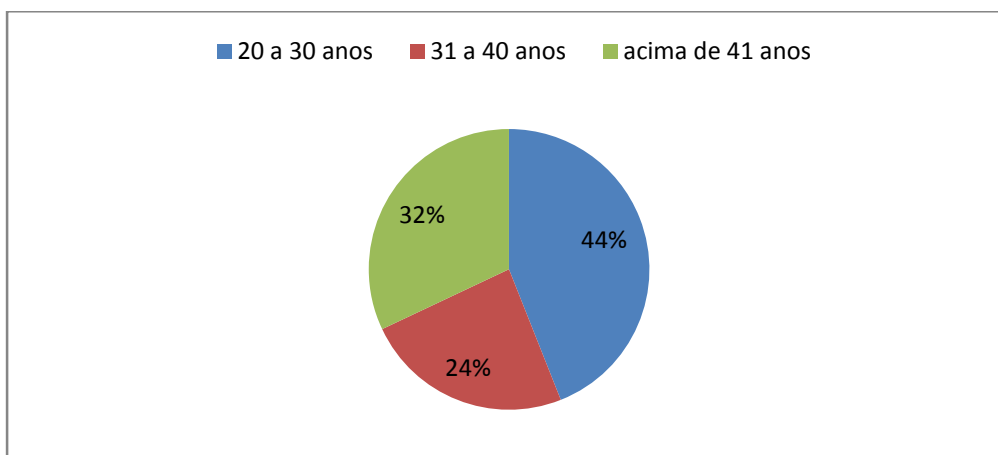
Gráfico 3.3: Nível de escolaridade



Fonte: elaborado pelos alunos

A maioria dos entrevistados possui ou 1º grau incompleto, ou 2º grau completo. Já no nível de escolaridade de ensino superior, somente 2 dos camelôs iniciaram ou finalizaram o curso.

Gráfico 3.4: Faixa etária

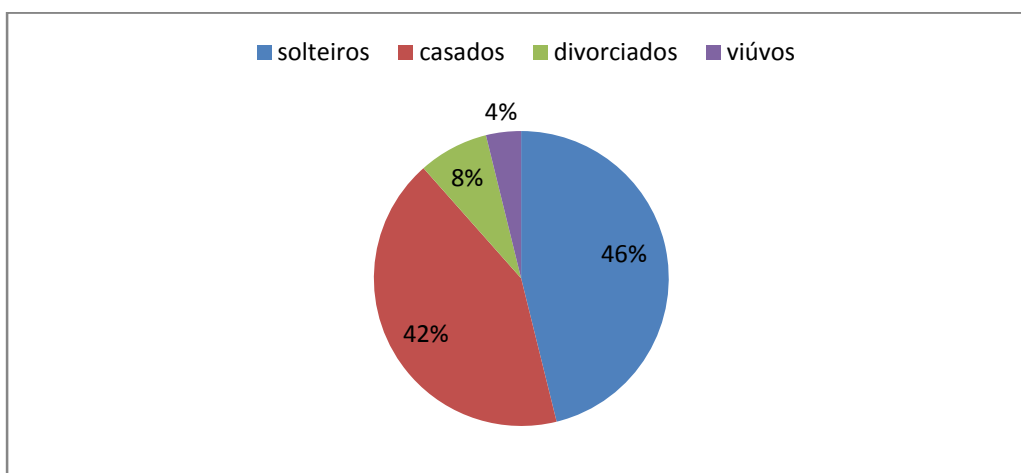


Fonte: elaborado pelos alunos

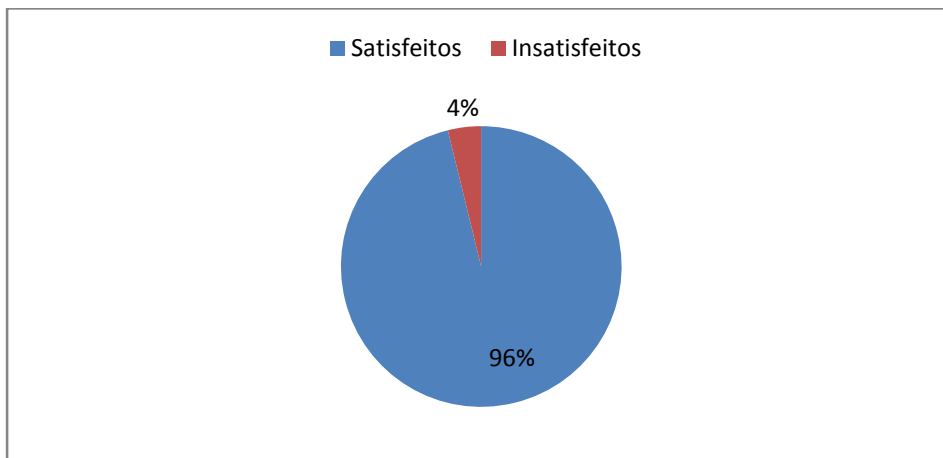
Neste gráfico, evidenciou-se que a maioria dos camelôs são jovens de até 30 anos, faixa etária esta que coincide com o maior número de novos empreendedores.

Assim, observa-se que esta fatia do gráfico, representa a parte com mais potencial para se tornar um futuro microempreendedor.

Gráfico 3.5: Estado civil

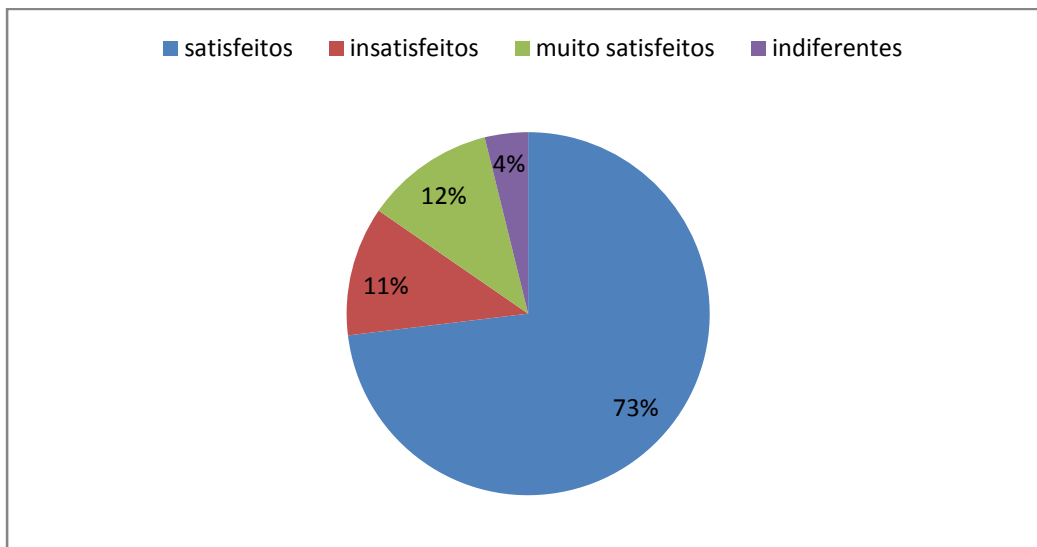


Fonte: elaborado pelos alunos

Gráfico 3.6: Satisfação com relação à vida

Fonte: elaborado pelos alunos

Este gráfico demonstrou que a maioria absoluta dos comerciantes do Camelódromo está satisfeitos com relação à vida que levam, representando um percentual de 96% dos questionados.

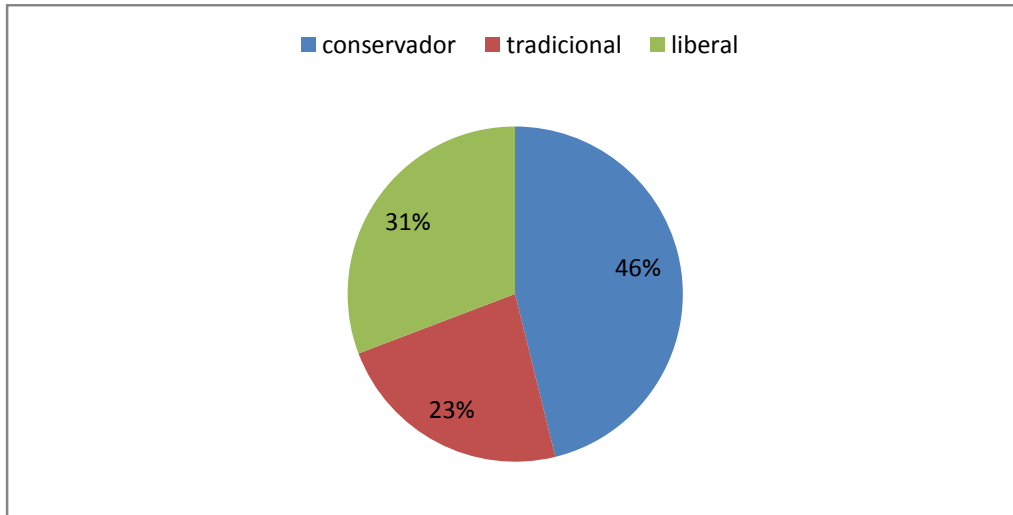
Gráfico 3.7: Em relação a negócios, qual sua atual situação financeira?

Fonte: elaborado pelos alunos

A maioria dos questionados estão felizes com sua situação financeira atual, sendo 73% dos camelôs. Este percentual poderia ser ainda maior se eles se

formalizassem da forma correta através do MEI, podendo investir em infra-estrutura e modernização.

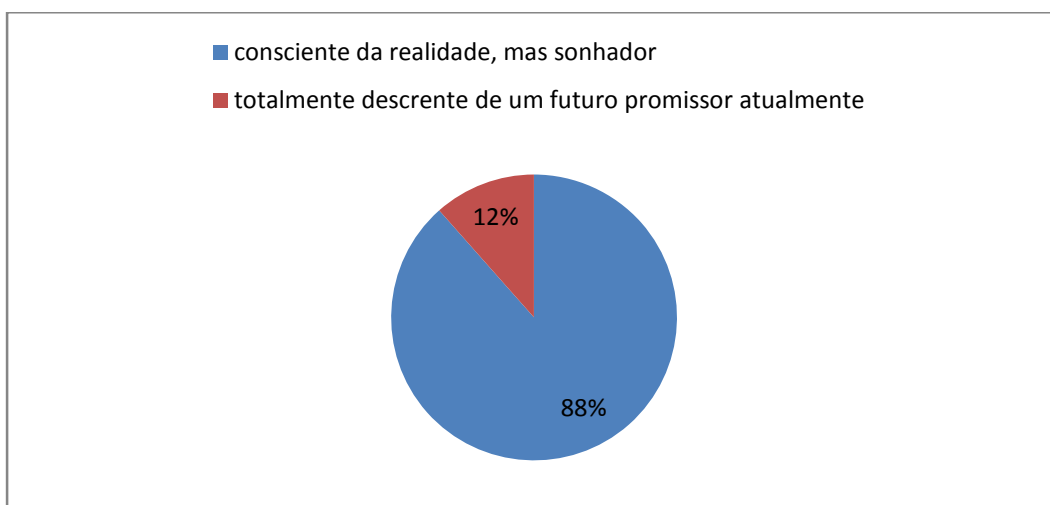
Gráfico 3.8: Com relação ao seu estilo, você é:



Fonte: elaborado pelos alunos

Como a maioria dos comerciantes são conservadores ou tradicionais, é necessário ter um cuidado na abordagem do microempreendedorismo, já que as ideias muito inovadoras podem acabar afastando estes indivíduos da formalidade.

Gráfico 3.9: Em relação ao futuro:



Fonte: elaborado pelos alunos

Em relação ao futuro, 88% dos camelôs se mostram esperançosos com um futuro melhor e 12% demonstram total descrença com um futuro promissor.

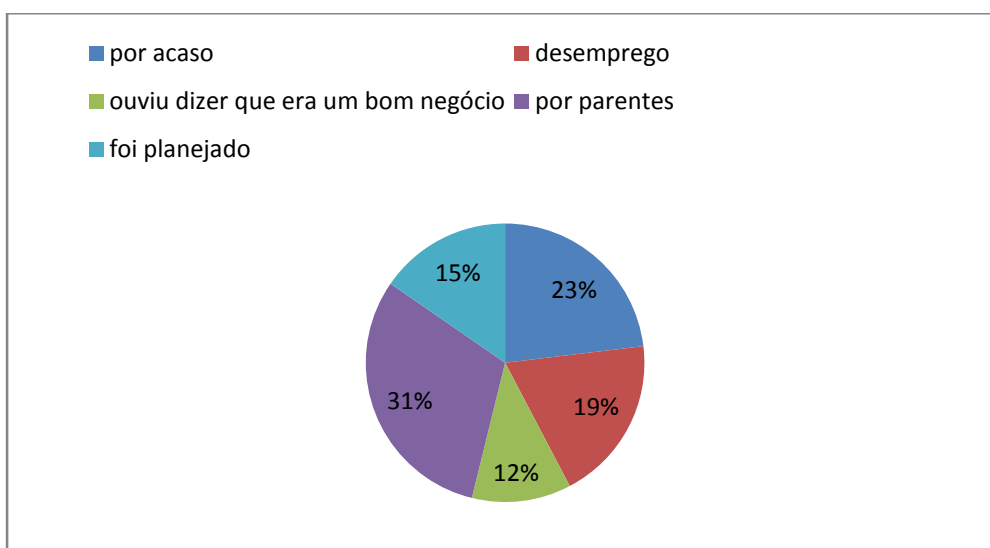
Gráfico 3.10: Já empreendeu algum negócio antes?



Fonte: elaborado pelos alunos

Com relação à questão de experiências anteriores em empreendimentos, o gráfico 3.10 demonstrou que a maioria (65%) nunca empreendeu algum negócio antes, mas que todos já possuem experiência em outros ramos como o da indústria, comércio ou prestação de serviços.

Gráfico 3.11: No camelódromo, como tudo começou?



Fonte: elaborado pelos alunos

O gráfico 3.11 possui um equilíbrio entre as razões pelas quais os camelôs começaram esta atividade. Dentre elas, destaca-se com um percentual de 31% o motivo por parentes, que indica que algumas lojas ficaram como herança para familiares.

É relevante ainda mencionar que os produtos os quais os camelôs mais comercializam são eletroeletrônicos, brinquedos e camisas.

Gráfico 3.12: Possui negócios para outros pontos da cidade?



Fonte: elaborado pelos alunos

Dentre a minoria que possui negócios em outros pontos da cidade, o ramo de atividade que se destaca é o de venda de produtos eletroeletrônicos e sexy shop.

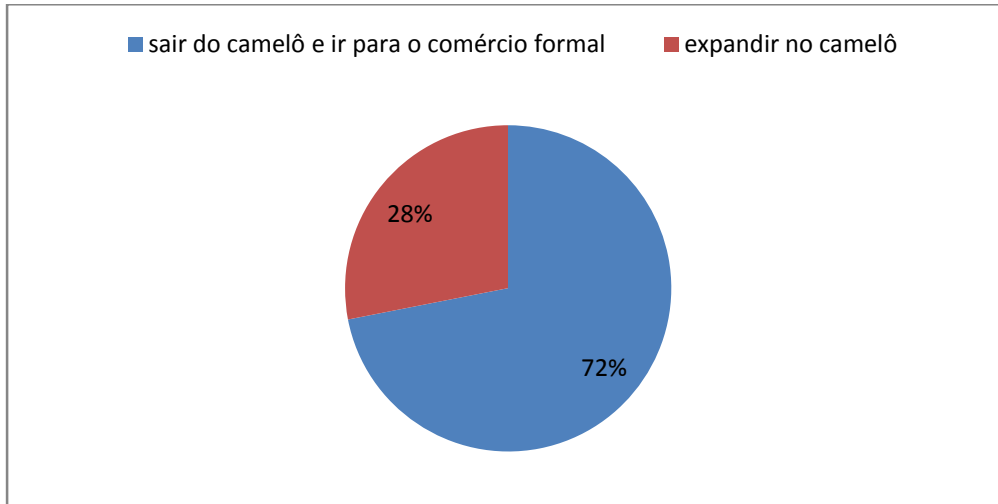
Gráfico 3.13: Quanto à mercadoria, percentualmente, se distribui como:



Fonte: elaborado pelos alunos

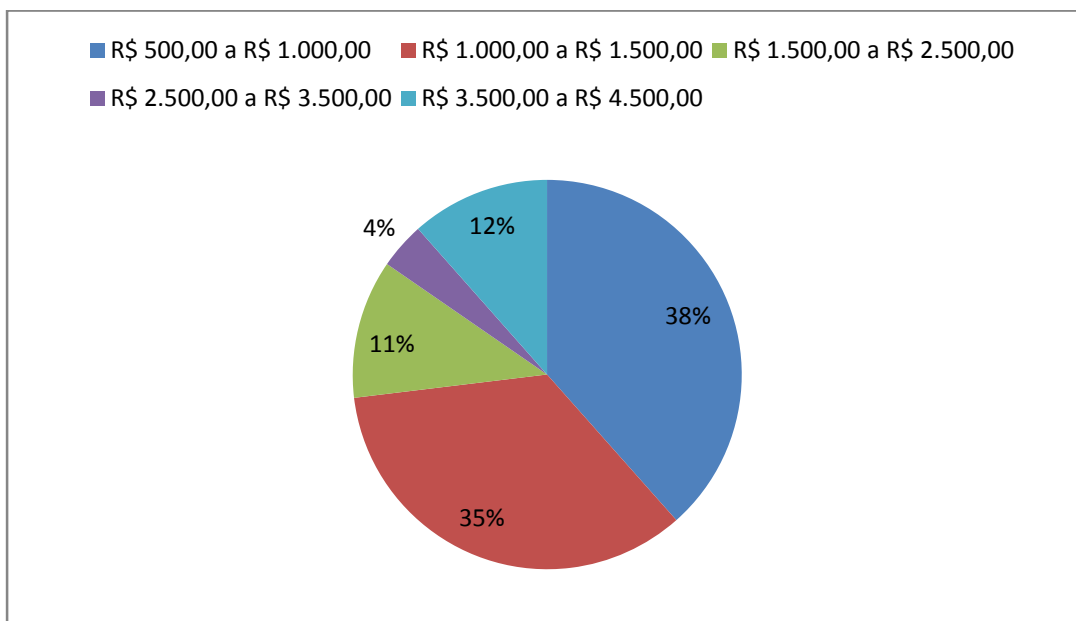
Nota-se que os produtos vendidos no Camelódromo de Caratinga são predominantemente importados, devido o custo ser muito menor do que os produzidos nacionalmente.

Gráfico 3.14: Pretende chegar onde com os negócios?



Fonte: elaborado pelos alunos

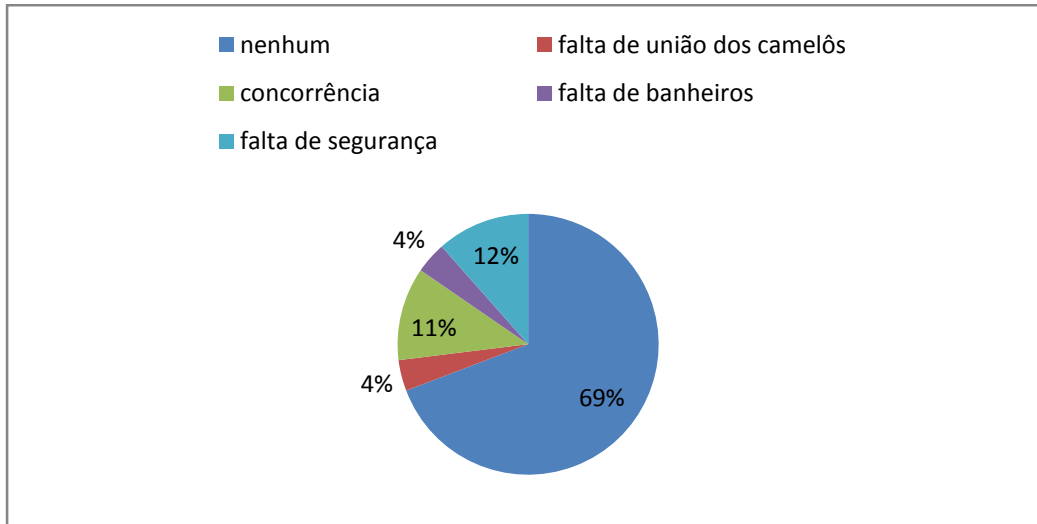
Gráfico 3.15: Faturamento mensal



Fonte: elaborado pelos alunos

Necessário se faz mencionar ainda que dentre os questionados, 20 não possuem funcionários, enquanto 6 possuem pelo menos 1 funcionário.

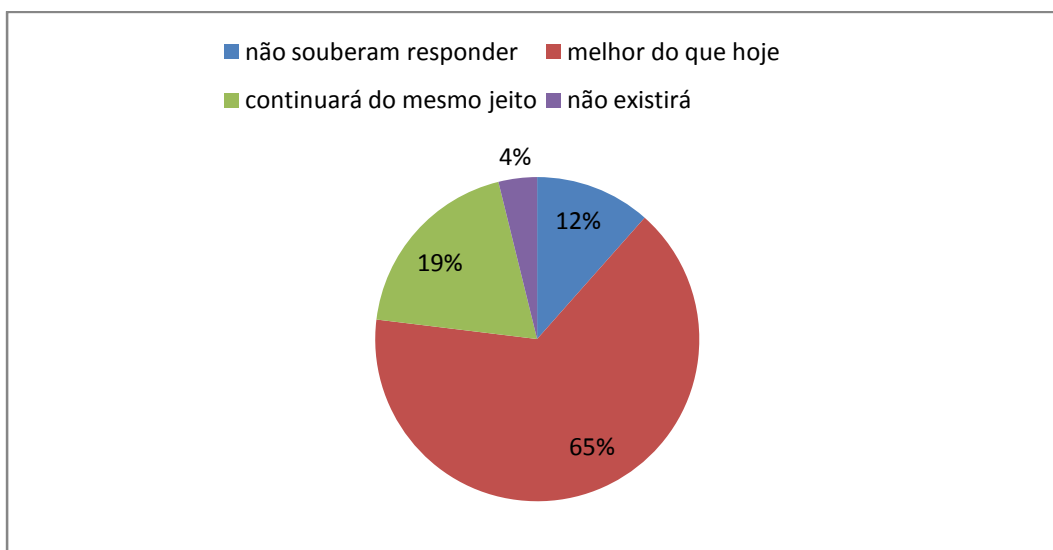
Gráfico 3.16: Qual o maior problema que você percebe no camelódromo?



Fonte: elaborado pelos alunos

Como se demonstra no gráfico acima, a maioria dos camelôs está satisfeita e acredita não haver nenhum problema no Camelódromo.

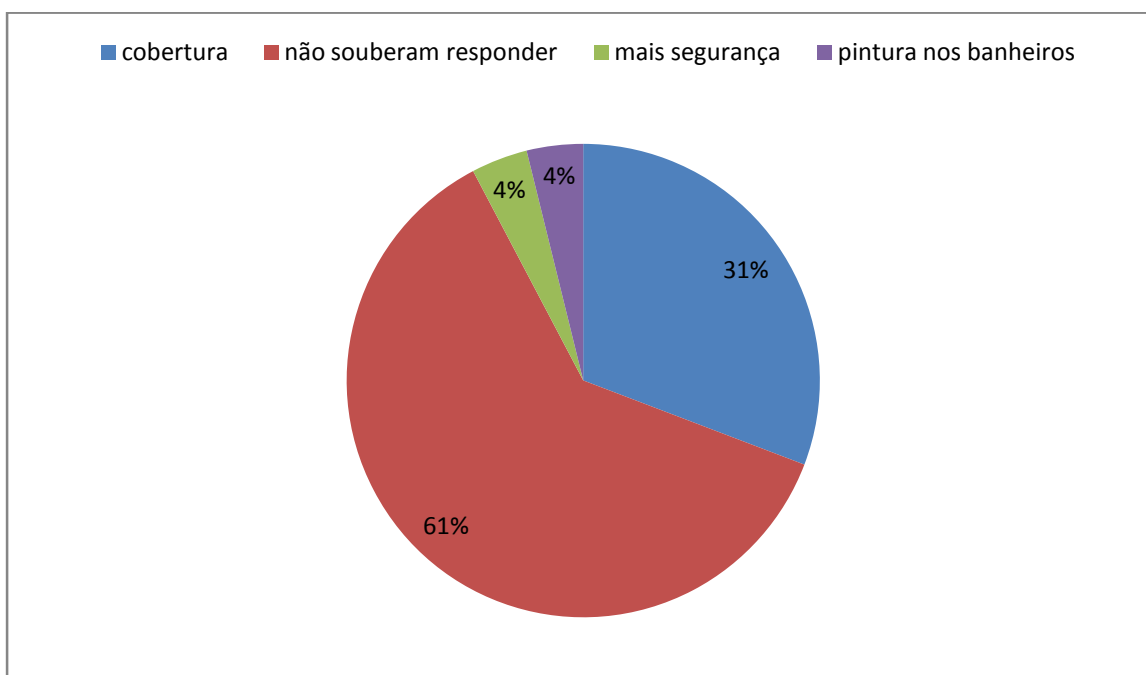
Gráfico 3.17: Como você acha que vai estar o Camelódromo daqui a 10 anos?



Fonte: elaborado pelos alunos

A maioria dos camelôs acredita que o Camelódromo estará melhor do que atualmente (65%), seguidos dos que acreditam que não mudará em nada (19%) e por fim, um percentual menor que não soube responder ou que não mais existirá.

Gráfico 3.18: Em relação à infra-estrutura, o que você acha que seria interessante para melhorar?



Fonte: elaborado pelos alunos

No gráfico 3.18, o percentual maior foi o de comerciantes que não souberam responder, o que se acredita estar ligado ao elevado número de camelôs satisfeitos com a situação atual deles.

3.4 Análise dos resultados

O presente trabalho monográfico buscou definir o perfil dos trabalhadores informais atuantes no Camelódromo da Rua Miguel de Castro na cidade de Caratinga/MG.

Assim, chegou-se à conclusão que a maioria dos camelôs são mulheres e o nível de escolaridade está entre 1º grau incompleto e 2º grau completo. A maioria está casada e encontra-se na faixa etária entre 20 e 30 anos, o que coincide com a faixa etária dos microempreendedores individuais atualmente.

A maioria absoluta está satisfeita com sua situação no Camelódromo e com sua situação financeira atual, sendo que a maioria possui um faturamento entre R\$ 500,00 e R\$ 1.500,00.

Quase a totalidade dos questionados se dizem conservadores e conscientes da sua realidade, entretanto, continuam esperançosos da situação melhorar ainda mais.

No gráfico que trata da origem dos trabalhadores informais no Camelódromo, o resultado foi muito equilibrado sendo a maior parte herdado de parentes ou através de planejamento próprio.

Outro dado relevante foi o desejo de 72% dos trabalhadores em sair do Camelô e se formalizar.

Assim, o Camelódromo do calçadão da Rua Miguel de Castro, forma um conjunto atrativo de comércio, já que a maioria dos produtos comercializados é importada, o que faz toda diferença no preço final do produto. A informalidade também é um fator que colabora para o menor gasto, no entanto, a maioria dos camelôs desejam sair da informalidade, o que seria atendido através do MEI.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho monográfico buscou demonstrar a importância do empreendedorismo como forma de inserção do trabalhador informal no mercado, proporcionando a aplicação de boas ideias, planejamento, disponibilidade para assumir riscos calculados, sempre almejando a conquista de bons resultados.

O empreendedorismo está presente em todas as áreas da sociedade, tanto nas grandes organizações empresariais, quanto no trabalhador individual, o que foi simplificado com a criação do MEI.

O microempreendedor individual é de extrema importância para reduzir o número de informais, pois além de aumentar o número de empresas, renda familiar entre outros, a desburocratização foi crucial para o desenvolvimento desses potenciais empreendedores, que almejam melhorar continuamente a gestão do seu negócio, aumentando a sua visão e a perspectiva do mercado. Esta ainda nova categoria está contribuindo para transformar a oportunidade em negócios lucrativos e rentáveis, aumentando a competitividade e o crescimento com maior qualidade.

O Camelódromo do calçadão da Rua Miguel de Castro em Caratinga/MG, hoje considerado como centro popular de comércio é um ambiente com grande potencial para a formalização, pois como demonstrado oportunamente ao longo deste trabalho, a maioria dos trabalhadores informais deseja expandir seus negócios e se formalizar.

Outro aspecto relevante que contribui para a opção pelo MEI dos comerciantes informais do Camelódromo é o desejo empreendedor que eles manifestam, a organização e a faixa etária, que coincidem com o perfil dos empreendedores que já fazem parte do MEI.

Apesar de os Camelôs estarem na informalidade, o que se observou foi que eles vêm tentando se estabelecer no mercado e atuarem de forma legal, enfrentando de maneira criativa as adversidades do ambiente do Camelódromo.

Deste modo, sua peculiaridade comercial faz com que cada um se destaque à sua maneira, fazendo com que os outros comerciantes passem a seguir os exemplos dos que conseguem prosperar mais.

Restou evidenciado também o relevante impacto econômico que estes comerciantes trazem para o município de Caratinga, contribuindo para a geração de renda familiar e emprego. Se lhes for proporcionado o ajustamento de seus negócios à formalidade, com a devida orientação, certamente o resultado será o sucesso.

Assim, este trabalho buscou identificar o perfil do comerciante informal do Camelódromo de Caratinga, de forma a analisar seu espírito empreendedor e aspectos socioeconômicos de uma maneira geral, demonstrando o potencial lucrativo que traria a formalização dos camelôs ao se tornarem microempreendedores individuais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOLSON, E.L. **Educação Empreendedora**. Disponível em: <http://WWW.administradores.com.br/artigos/educacao_empreendedor/786>. Acesso em: 15/11/2013.

BRASIL. Lei n.º 10.406 de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil Brasileiro. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406.htm>. Acesso em: 26/11/2013.

CARATINGA. Jornal de caratinga. Disponível em: <<http://jornalcaratinga.blogspot.com.br/2012/08/festa-marca-inauguracao-dos-boxes-do.html>>. Acesso em 02/12/2013.

CERVO, Amado; BERVIAN, Pedro A. **Metodologia científica**. 4. ed. São Paulo: Makron Books, 1996.

DOLABELA, F. **O segredo de luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa**. São Paulo: Cultura, 1999.

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

DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando ideias em negócios**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

FORTIN, P. Devenez entrepreneur. **Les éditions transcontinental**, fondation de l'Entrepreneurship. Les presses de l'Université de Laval, 1992.

FENACON.(2009) **Guia prático do microempreendedor individual MEI - perguntas e respostas**. Disponível em: <http://www.fenacon.org.br/outras_publicacoes/mei/online.html>. Acesso em: 15/11/2013.

GEM: Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil, relatório executivo**, 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. Trad. Lene Belon Ribeiro. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

KIRZNER, I.M. **Competition and entrepreneurship**. Chicago: Chicago University Press, 1973.

SEBRAE/MG. **Cartilha do SEBRAE, com informações sobre seminário empretec (curso de empreendedorismo desenvolvido pela ONU)**. SEBRAE Minas. Belo Horizonte, 2012.

SEBRAE/DF. **Perfil do empreendedor individual 2012 - Série estudos e pesquisas**. Brasília, Distrito Federal: SEBRAE Nacional, 2012.

SEBRAE. **SEBRAE: um agente do desenvolvimento**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/customizado/sebrae/integra_bia?ident_unico=1129>. Acesso em: 15/11/2013.

SEFAZ, **I Seminário do simples nacional no estado da bahia – 2009**. Disponível em: <http://www.sefaz.ba.gov.br/especiais/ISeminario_simples_nacional_receita_federal.pdf>. Acesso em: 17/11/2013.

SOFTEX. **Histórico**. Disponível em: <http://www.softex.br/portal/_asoftex/historico.asp>. Acesso em: 15/11/2013.

SCHUMPETER, Joseph. **Can capitalism survive?** 1952.