

A FORMALIZAÇÃO DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL NA VISÃO DOS MICROEMPRESÁRIOS DE DUAS CIDADES CEARENSE

Erica Nobre Nogueira¹; Raquel Costa Silva¹; Guilherme Farias de Oliveira³; Daniel Paiva Mendes⁴

¹Dicente do curso de Administração do Centro Universitário Católica de Quixadá.

E-mail: ericanogueira07@gmail.com

²Discente do curso de Engenharia de Produção do Centro Universitário Católica de Quixadá.

E-mail: guilherme.f15@live.com

³Docente do curso de Administração do Centro Universitário Católica de Quixadá.

E-mail: daniel.pamendes@gmail.com

RESUMO

Altas taxas de impostos somados ao processo burocrático e demorado para formalização de negócios os índices de informalidades é ainda crescente no cenário brasileiro gerando entraves para elevação da economia. Em 2009 no intuito de diminuir a informalidade foi criada a lei que constitui o Microempreendedor Individual (MEI), pessoa física que trabalha por conta própria na condição de pequeno empresário, entre os benefícios estão o acesso ao Cadastro de Pessoa Jurídica, Inscrição Estadual e a contribuição para a previdência, este ato resultou na formalização de milhares de brasileiros que antes viviam na ilegalidade. Este trabalho tem por objetivo analisar as motivações dos pequenos empresários para a formalização de seus negócios na categoria MEI. Foram entrevistados seis empreendedores individuais no Ceará sendo três na cidade de Morada nova e três em Quixeramobim. Através de entrevistas com empreendedores de Quixeramobim e Morada Nova, foi possível constatar fatores como espírito empreendedor, família de origem empreendedora e a necessidade de trabalhar por conta própria.

Palavras-chave: Microempreendedor Individual (MEI). Empreendedorismo. Formalização.

INTRODUÇÃO

Empreendedor vem de origem francesa e passou a ser utilizado no começo do século XVI pelas operações militares. Em 1950, Schumpeter aderiu empreendedores como indivíduos criativos e inovadores. Por volta do início dos anos 1970, os estudiosos Knight e Drucker abordaram que empreendedor deveria submeter a riscos para ter sucesso em um empreendimento

De acordo com um estudo sobre o tema, o microempreendedor individual (MEI) vem crescendo muito, segundo o portal do Sebrae a micro e pequenas empresas são as principais geradoras de riqueza no Comércio no Brasil, já que respondem por 53,4% do PIB deste setor. No PIB da Indústria, a participação da micro e pequenas (22,5%) já se aproxima das médias empresas (24,5%). No setor de Serviços, mais de um terço da produção nacional (36,3%) têm origem nos pequenos negócios. Portanto, o MEI se classifica como peça fundamental para o levantamento da economia nacional.

O microempreendedor individual é uma pessoa constituída pela lei n° 128/2008 que tem como propósito a efetivação da formalidade do seu próprio negócio.

Portanto, trabalhadores considerados informais, passaram a obter uma série de vantagens após a formalização de seus negócios, fato que os incentivou a tornarem-se legalizados. Neste contexto, ao se tornar um microempreendedor passará a ter CNPJ, poderá

passar notas fiscais eletrônicas (nfe), e terá como despesas prestações de serviços e comércios, com o pagamento das contas e acesso ao INSS (previdência social).

Um microempreendedor é aquele que produz receita bruta anual de R\$ 60.000,00 por ano. Segundo Baron e Shane (2014, p. 223) “Se você administra um empreendimento e contrata funcionários, é crucial que tenha pelo menos conhecimentos básicos dessas leis”.

Segundo o IBGE no ano de 2003 havia 10.335.962 empreendimentos informais no Brasil, e o MEI (Microempreendedor Individual) só passou a ser exercido judicialmente após aprovação desta lei que autorizou as atividades efetivadas pelos empreendedores. Isso proporcionou benefícios para aqueles trabalhadores que percebiam a necessidade de melhorar os seus negócios, mas não tinham possibilidades para tais melhorias. Neste contexto surgiu a seguinte questão: Quais as motivações que levaram os microempreendedores individuais a formalização do seu negócio?

Diante dessa problemática, buscamos compreender os motivos que levaram os empreendedores a executarem seus negócios, uma das possíveis respostas acreditamos que foi devido à crise financeira, onde a empregabilidade tornou-se escassa, na qual se fez necessário, cada indivíduo procurar um caminho de sobrevivência, assim este trabalho justifica-se pela necessidade de mostrar a formalização do MEI, como ferramenta primordial no desenvolvimento da empresa, evidenciando a utilidade de uma atitude empreendedora para se atingir o desempenho esperado.

Nessa perspectiva o objetivo desse estudo é analisar as motivações que conduziram os Microempreendedores Individuais a formalização do seu negócio e entender os motivos que levaram os microempreendedores de Morada Nova e Quixeramobim para normalização de seu estabelecimento.

METODOLOGIA

O estudo feito é de natureza qualitativa, pois, estar ligado no levantamento de informações, fatos sobre os estímulos de determinado grupo, em entender e explicar os procedimentos e opinião e percepção dos indivíduos. Quanta aos fins a pesquisa é descritiva, tem por objetivo primordial a descrição e a interpretação da realidade, sem inferir relações de causalidade (SEVERINO, 2007).

Quanto ao meio a pesquisa é de campo porque segundo Prodanov (2013, p.59) é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimento acerca de um problema para qual procuramos uma resposta, ou de uma hipótese, que queiramos comprovar, ou ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles.

Esta pesquisa foi realizada no mês de abril de 2017, onde foram entrevistados seis empreendedores individuais no Ceará sendo três na cidade de Morada nova e três em Quixeramobim.

A coleta de dados foi feita com entrevista estruturada, com perguntas abertas com os microempreendedores individuais que foram convidados a falar livremente sobre um tema em questão. A análise dos dados apurados será apresentada no trabalho com o objetivo de expor os resultados colhidos sobre motivações que levaram os microempreendedores individuais a formalização do seu negócio. Estas informações contribuam de forma positiva para enriquecimento deste trabalho.

Para análise dos resultados foram utilizados a técnica do Discurso do Sujeito Coletivo - DSC (LEFEVRE; LEFEVRE, 2006; LEFEVRE; CRESTANA; CORNETTA, 2003, p.70). O Discurso do Sujeito Coletivo é uma modalidade de apresentação de resultados de pesquisas qualitativas, que tem depoimentos como matéria-prima, sob a forma de um ou vários discursos-síntese escritos na primeira pessoa do singular, expediente que visa expressar o pensamento de

uma coletividade, como se esta coletividade fosse o emissor de um discurso. O DSC é discurso único, mas representa por todo um coletivo.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para realizarmos esse tópico usamos como coleta a técnica do discurso do sujeito coletivo, resumindo as respostas dos entrevistados de uma forma compreensível e dinâmica para melhor esclarecimento e compreensão. Abaixo segue a tabela com a análise e respostas.

Quadro 1. Categorias e dimensões de fala dos sujeitos coletivos

Categorias	Dimensões de fala dos sujeitos coletivos
Motivação para formalização do negócio	Desemprego; influência da família; espírito empreendedor; compra direta do fornecedor e segurança da previdência; ser dona do próprio negócio, pela necessidade da região, gostar de moda; o exemplo da minha mãe; facilidade em montar meus clientes, participação dos sócios; família empreendedora e apoio do SEBRAE.
Estratégia da empresa para se manter competitiva	Bom relacionamento com o cliente; ótimo atendimento; inovação nos produtos e serviços, oferecer promoções e novidades buscando sempre a fidelização dos mesmos.
Dificuldades de mercado.	Dificuldades com as máquinas de cartões; pouco dinheiro para fazer estoque; e concorrência.
Benefícios da formalização.	Sem cobrança de impostos; trabalhar legalizada com preço baixo; créditos bancários; cadastro da pessoa jurídica; inscrição estadual; facilitando compras com fornecedor; e contribuição do INSS.
Vantagens e desvantagens do MEI	Ser dona do próprio negócio; inscrição estadual; enquadramento no simples nacional; ter o SEBRAE como apoio. Desvantagens; Limite Anual de 60 mil.

Fonte: Dados da pesquisa (2017).

Nessa etapa do estudo mostra-se os resultados após a entrevista feita com os três empreendedores de Quixeramobim e os três empreendedores de Morada Nova. De acordo com Sellitz (1967, p. 503) “a regra básica na apresentação dos resultados é apresentar todas as provas significativas para a pergunta proposta na pesquisa”.

Foi elaborado um questionário com sete perguntas, onde procuramos saber as dificuldades, motivações, benefícios, vantagens e desvantagens do segmento estudado. A resposta do problema em estudo encontra-se na primeira categoria da tabela, onde foi possível coletar esses dados com a técnica do discurso do sujeito coletivo.

Desta forma podemos analisar de acordo com a pesquisa feita que alguns empreendedores abrem seu próprio negócio por questão de querer ser dono e por terem espírito empreendedor, segundo Dolabela (2008, p. 40) “afirma que, o empreendedor sempre quer realizar seus próprios sonhos. É alguém que busca incansavelmente a auto realização”

Também conseguimos analisar que a motivação que fez abrir seu estabelecimento foi o desemprego e a necessidade da região, todo bom empreendedor é aquele que transforma ideias em oportunidade de negócio a partir de uma necessidade. Dolabela (2008, p. 60) afirma que: “Atrás de uma oportunidade sempre existe uma ideia, mas apenas um estudo de viabilidade, que pode ser feito por meio do plano de negócios, indicará seu potencial de transformar-se em bom negócio”.

Outra questão foi a estratégia da empresa para se manter competitiva, e não se pode ter estratégia se não utilizarmos a inovação, que é um modelo de negócio associado ao empreendedorismo, pois, no quadro acima aborda que suas estratégias são buscar novidade e

inovação, segundo Drucker, (2005, p. 39) “Os empreendedores inovam. A inovação é o instrumento específico do espírito empreendedor. É o ato que contenha os recursos com a nova capacidade de criar riqueza, a inovação, de fato, cria um recurso”.

Todo empreendedor tem dificuldade no seu negócio e uns dos pontos questionados é às dificuldades que o MEI encontra no seu empreendimento e as desvantagens, com isso observemos que construir ou administrar uma empresa não é tarefa fácil, para tanto faz se necessário muita cautela aliada à dedicação e iniciativa. Pesce (2012, p.24) afirma que, “Construir uma empresa é como andar em uma montanha-russa: há muitos altos e baixos. Ter uma estrutura que o oriente e chame a atenção para as coisas certas pode ser extremamente valioso”.

CONCLUSÃO

Diante dos altos índices de informalidades no Brasil, o MEI mostra-se como instrumento facilitador quanto aos procedimentos de formalização de empresa no intuito de tornarem seu negócio legalizado, a formalização rápida, prática e com baixa taxa de imposto, faz com que centenas de pessoas mudem suas condições de informalidades assumindo o papel de pequeno empresário passando a ter direitos e deveres e serem reconhecidos formalmente por suas atividades profissionais, usufruindo de benefícios trabalhistas, fiscais e tributários.

Com o aumento do número de desempregados no Brasil somado a escassez de emprego o MEI possui grande relevância na economia do Brasil, contribuindo para o desenvolvimento do país, pois muitas pessoas ao saírem de seus trabalhos optam por trabalhar como autônomos e buscam a formalização nesta categoria.

Por fim conclui-se que, muitos empreendedores buscam a formalização por contar com uma série de benefícios e motivações no quais podem ser citados o acesso ao CNPJ, permitindo que o mesmo realize compras diretas ao fornecedor, facilitação em abertura de conta bancária, e a emissão de notas fiscais, contribuição da previdência social no valor de 5% em cima do salário mínimo vigente passando até diretos como auxílio doença, auxílio-maternidade e aposentadoria, e o apoio do SEBRAE no qual oferece suporte técnico. Nas motivações notou-se o espírito empreendedor, influência da família além da falta de emprego que nos últimos dias é crescente.

Embora se perceba muitas vantagens quanto a formalização do MEI, muitos ainda consideram como desvantagem o valor limite de 60 mil de compra e venda anual além do limite de até um funcionário.

AGRADECIMENTOS

Agradecer à Unicatólica que cada dia transforma pessoas para um mercado tão competitivo.

REFERÊNCIAS

BARON, Robert A. **Empreendedorismo**: Uma visão do processo / Robert A. Baron, Scott A.- tradução all Tasks. - São Paulo: Cengage Learning, 2014.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. / José Carlos Assis Dornelas 4. ed. Rio de Janeiro: elsevier, 2012.

DRUCKER, Peter. F. **Inovação e Espírito Empreendedor**: entrepreneurship prática e princípios. 1. ed. São Paulo: pioneira Thomson learning, 2005.

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luiza**: Rio de Janeiro: sextante, 2008.
IBGE, **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Disponível em: <
<http://ces.ibge.gov.br/apresentacao/portarias/200-comite-de-estatisticas-sociais/base-de-dados/1150-economia-informal-urbana.html> > Acesso em 28/04/2017 às 04:18

LEFEVRE, F.; LEFEVRE, A. M. C. O sujeito coletivo que fala. **Interface - Comunic, Saúde, Educ**, v.10, n.20, p.517-24, jul. /Dez 2006.

LEFEVRE, A. M. C.; CRESTANA, M. F.; CORNETTA, V. K. A utilização da metodologia do discurso do sujeito coletivo na avaliação qualitativa dos cursos de especialização “Capacitação e Desenvolvimento de Recursos Humanos em Saúde-CADRHU”, **Saúde e Sociedade**. v. 12. n.2, p. 68-75, jul. /Dez, 2003.

PESCE, BEL. **A menina do vale**: Como o empreendedorismo pode mudar sua vida. 1. Ed. Rio de Janeiro: Casa da palavra, 2012.

PRODONOV, Cleber Cristiano. **Metodologia do trabalho científico**. [Recursos eletrônico]: métodos e técnicas e do trabalho acadêmico /Cleber Cristiano Prodonov, Ernani Cesar de Freitas -2 ed. Novo Hamburgo: Feevale 2013.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**.-23°.ed.rev e atual.- São Paulo: Cortez, 2007.

SEBRAE. Serviço e Apoio à Micro e Pequena Empresa. **Micro e pequenas empresas**.
¹Disponível em :<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil.ad0fc70646467410VgnVCM2000003c74010aRCRD> >. Acesso em 27/04/2017 às 04:30.

SELLTIZ, Claire. **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. São Paulo: Herder, 1967.