

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC

CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS

RENATA BATISTA AMORIM

**PERFIL DOS MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS NA ECONOMIA DO
EXTREMO SUL CATARINENSE: O CASO DE IÇARA/SC**

CRICIÚMA

2015

RENATA BATISTA AMORIM

**PERFIL DOS MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS NA ECONOMIA DO
EXTREMO SUL CATARINENSE: O CASO DE IÇARA/SC**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado para obtenção do grau de Bacharel em Economia no curso de Ciências Econômicas da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientador(a): Prof. Dr. Sílvio Parodi Oliveira Camilo

CRICIÚMA

2015

RENATA BATISTA AMORIM

**PERFIL DOS MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS NA ECONOMIA DO
EXTREMO SUL CATARINENSE: O CASO DE IÇARA/SC**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado pela Banca Examinadora para obtenção do Grau de Bacharel em Ciências Econômicas, no Curso de Ciências Econômicas da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, com Linha de Pesquisa em Microeconomia.

Criciúma, 01 de julho de 2015

BANCA EXAMINADORA

Prof. Silvio Parodi Oliveira Camilo – Doutor (UNESC) - Orientador

Prof. Alex Sander Bristot de Oliveira (UNESC) - Examinador

Prof. Thiago Rocha Fabris (UNESC) - Examinador

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, a Deus, pelo o dom da vida.

À minha mãe e meu pai pela paciência, dedicação e pelo incentivo.

À minha filha e ao meu marido pela ajuda.

A minha sogra pelo o carinho e pelas orações.

A todos que de alguma forma contribuíram para a conclusão desse trabalho.

E em especial, aos microempreendedores içarenses que se dispuseram a participar deste estudo.

RESUMO

A figura do MEI – Microempreendedor Individual foi criada pela Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008, visando incluir e retirar da informalidade pessoas que exercem atividades econômicas de pequeníssimo porte. Com a adesão, o empreendedor tem acesso a diversos benefícios em termos financeiros, previdenciários e sociais. O objetivo do estudo foi investigar as características dos microempreendedores individuais do Extremo Sul Catarinense com sede no município de Içara/SC. Realizou-se uma pesquisa bibliográfica, descritiva e de campo, junto a 46 MEIs do referido município, representando um erro amostral de 12% e um nível de confiança de 90%, numa população total de 1.246 microempreendedores. Os resultados indicaram que a Lei que instituiu a figura do MEI possibilitou o desenvolvimento de agentes econômicos sem experiência anterior em negócios ou empreendimentos, que empreenderam por necessidade, principalmente devido à principal vantagem destacada, que foi a possibilidade de emissão de Nota Fiscal, acreditando-se que este fator aumenta as vendas e abre novos mercados para o empreendedor em estágio inicial. No entanto, a adesão ao MEI parece não permitir a expansão dos negócios, tendo em vista que o valor de faturamento permitido, ou seja, R\$ 60.000 anuais ou R\$5.000 mensais, não é suficiente para a realização de investimentos no negócio, valores esses que são alocados para a subsistência do microempreendedor ou para a aquisição de bens pessoais, como veículos, por exemplo. Porém, mesmo com esta limitação a adesão ao MEI demonstra ser um instrumento que retira o pequeno empreendedor da informalidade, fornecendo benefícios e vantagens, bem como o ganho de experiência na gestão de um empreendimento, o que pode contribuir para a adesão futura em outro enquadramento de empresário, como empresa de pequeno porte ou microempresa.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Microempreendedor Individual. Içara.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Tipo de empreendedorismo.....	18
Figura 2: Características dos empreendedores.....	20
Gráfico 1: Idade	36
Gráfico 2: Escolaridade	37
Gráfico 3: Setor de atuação.....	38
Gráfico 4: Ano da formalização	39
Gráfico 5: Tempo de atuação na informalidade.....	40
Gráfico 6: Principal vantagem da formalização	42

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Sexo	36
Tabela 2: Número de funcionários.....	38
Tabela 3: Média de faturamento mensal	39
Tabela 4: Principal ocupação antes da formalização	40
Tabela 5: Empreendimento anterior ao atual.....	41
Tabela 6: Atuação profissional paralela ao empreendimento	41
Tabela 7: Investimentos no empreendimento após a formalização	42

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	12
2.1 O EMPREENDEDORISMO NA PERSPECTIVA DOS ECONOMISTAS	12
2.2 DEFINIÇÃO DE EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDOR	17
2.3 CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDEDORES	20
2.4 EMPREENDEDORISMO <i>VERSUS</i> INOVAÇÃO	21
2.5 IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO PARA A ECONOMIA	22
2.6 MOTIVAÇÃO PARA EMPREENDER	23
2.7 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL	24
2.8 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS	27
2.9 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL	28
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	31
3.1 TIPO DE ESTUDO	31
3.2 LOCAL DE ESTUDO	32
3.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA	32
3.4 FORMA DE COLETA DOS DADOS	33
3.5 FORMA DE ANÁLISE DE DADOS	34
3.6 FORMA DE APLICAÇÃO DOS QUESTIONÁRIOS	34
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	36
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	43
5.1 CONCLUSÕES	43
5.2 LIMITAÇÕES DA PESQUISA	44
5.3 SUGESTÕES PARA PESQUISAS FUTURAS	45
REFERÊNCIAS	46
APÊNDICE	49
ANEXO	52

1 INTRODUÇÃO

Sabe-se que a atividade empreendedora é de fundamental importância para a promoção do desenvolvimento econômico, ao gerar fonte de renda e emprego, não somente no Brasil, mas em todo o mundo. Dessa forma, o empreendedorismo é considerado como o alicerce de uma economia em qualquer lugar do mundo. São os empreendedores que agregam valor aos serviços e produtos, fomentando as iniciativas de inovação.

A iniciativa empreendedora não se refere somente a grandes empreendimentos, mas também engloba todos os indivíduos que têm uma ideia e começam a trabalhar na mesma, assumindo os riscos dos negócios. Além disso, muitos trabalhadores, que não têm chance de ingressar ou retornar ao mercado de trabalho ao se verem desempregados, passam a executar atividades autônomas. Há também os que preferem atuar por conta própria em seu próprio negócio, sendo o seu próprio patrão.

Muitas dessas iniciativas por muito tempo no Brasil eram desenvolvidas na informalidade, devido a fatores como burocracia, carga tributária e até por que o empreendedor não considerava relevante a busca pela formalização.

No entanto, em 2008, no Brasil, com a edição da Lei do Microempreendedor Individual - MEI, estas pessoas passaram a ter a possibilidade para formalizar suas atividades econômicas, obtendo também o direito de desfrutar de direitos sociais fundamentais, tais como auxílio doença, auxílio maternidade, acesso ao crédito bancária, aposentadoria, entre outros.

O Microempreendedor (MEI) poderá optar pela formalização e, assim, incrementar seus negócios. Nesses casos, a contabilidade formal não lhe é exigida, bastando-lhe o preenchimento mensal de relatório em que faz constar a receita bruta, sendo-lhe exigível também, ao final do exercício, a declaração anual do Simples Nacional para o MEI (SIMEI) (DORNELAS, 2014).

Dessa forma, conforme se verifica, há uma forma de apoio para incentivar a formalização do microempreendedor, destacando-se a força do microempreendedorismo, o fortalecimento das economias locais, a formalização dos postos de trabalho do colaborador do MEI, o crescimento e o incremento da atividade econômica direcionada aos empreendimentos de menor porte, a distribuição de renda e uma contribuição importante para a redução das desigualdades regionais,

sociais e econômicas (CHAGAS, 2014).

Após a edição desta lei, muitos trabalhadores que atuavam na informalidade buscaram a adesão ao sistema, passando a ter direitos a vários benefícios previdenciários e sociais, bem como ao sistema bancário e creditício. Além disso, é uma das principais iniciativas para reduzir o emprego informal, facilitando a transição para a formalidade das micro e pequenas empresas, que são o principais geradores de emprego na economia de muitas regiões.

Na verdade, a informalidade em micro e pequenas empresas constitui um grande obstáculo para os países avançarem em seu desenvolvimento social e desenvolvimento econômico, sendo por isso, importante o Estado encontrar soluções (CHAGAS, 2014).

Com base nisso, verifica-se que a lei do MEI inclui os aspectos-chave para fomentar a formalização, a partir da simplificação dos procedimentos administrativos para registro das empresas, o desenvolvimento de normas de tributação adequados e a criação de incentivos relacionados com os aspectos previdenciários e social. No entanto, para os microempreendedores, é importante que a transição para a formalidade faça sentido nos negócios ou reflita uma melhor forma para atuação, capaz de gerar benefícios reais em termos de faturamento, investimentos e possibilidade de crescimento do negócio.

Frente a este contexto, este trabalho tem por objetivo geral investigar as características dos microempreendedores individuais do Extremo Sul Catarinense com sede no município de Içara/SC.

Como objetivos específicos, o trabalho pretende identificar o perfil dos microempreendedores individuais formalizados no município; verificar os principais setores de atividade com mais aderência dos MEIs; avaliar se os MEIs são empreendedores por oportunidade ou por necessidade; identificar as principais vantagens obtidas após a formalização e identificar as principais atratividades à adesão à modalidade do MEI.

Visando atender ao problema e objetivos da pesquisa, o trabalho propõe a seguinte indagação: Qual é o perfil dos microempreendedores individuais com atuação no município de Içara/SC?

Para cumprir os objetivos pretendidos, o trabalho foi estruturado na forma descrita na sequência.

Num primeiro momento, revisa-se a literatura sobre os temas que

fundamentam o estudo, com tópicos voltados ao empreendedorismo, com definição, histórico, características dos empreendedores, entre outros, bem como aspectos sobre a figura do microempreendedor individual.

Em seguida, apresenta-se os procedimentos metodológicos envolvidos no estudo, descrevendo-se o tipo de estudo, a área de abrangência, a população e a amostra, a forma de coleta e a forma de abordagem dos resultados.

Na sequência, expõe-se os resultados obtidos na pesquisa, com sua respectiva análise, com base na literatura.

O trabalho prossegue com a conclusão, referências e apêndice.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo, são apresentados os temas que fundamentam o estudo, com tópicos voltados ao empreendedorismo, com definição, histórico, características dos empreendedores, entre outros, bem como aspectos sobre a figura do microempreendedor individual.

2.1 O EMPREENDEDORISMO NA PERSPECTIVA DOS ECONOMISTAS

Para entender melhor o significado de empreendedorismo, convém entender a história inicial do capitalismo. O capitalismo nasce da iniciativa particular para produzir os bens e serviços que as pessoas pretendem, de forma tão eficiente quanto possível. Definido hoje, o capitalismo é um sistema político, social e econômico. Caracteriza-se pela propriedade privada, não só de terrenos e edifícios, mas de patentes, *know-how* e processos que são usados pelos empresários para criar lucros para si próprios.

Dessa forma, o capitalismo contrasta fortemente com outros sistemas econômicos, como o feudalismo e o socialismo. No capitalismo, os empresários são responsáveis por decisões econômicas como o que produzir, quanto produzir e qual método de produção a adotar. A partir do nascimento do capitalismo, que vai surgindo a figura do negociante e depois o empreendedor.

Segundo Dornelas (2013, p. 65):

Um primeiro exemplo de definição de empreendedorismo pode ser creditado a Marco Polo, que tentou estabelecer uma rota comercial para o Oriente. Como empreendedor, Marco Polo assinou um contrato com um homem que possuía dinheiro (hoje, mais conhecido como capitalista) para vender as mercadorias desse. Enquanto o capitalista era alguém que assumia riscos de forma passiva, o aventureiro empreendedor assumia papel ativo, correndo todos os riscos físicos e emocionais.

Na Idade Média, o termo “empreendedor” foi utilizado para definir aquele que gerenciava grandes projetos de produção. Esse indivíduo não assumia grandes riscos, e apenas gerenciava os projetos, utilizando os recursos disponíveis, geralmente provenientes do governo do país (DORNELAS, 2013).

Contudo, até meados do fim do século XVII, período em que começaram a surgir algumas tentativas de formulação de teorias, nenhuma descrição sintética dos tipos de negociantes havia sido feita. No início do século XVIII, um grupo de

pensadores chamados de fisiocratas surgiu na França em torno de uma escola de nova teoria econômica. Eles foram os primeiros proponentes do *laissez-faire* e se opunham à intervenção do governo no setor, especialmente a tributação. A doutrina era que os assuntos econômicos da sociedade estariam melhor orientados pelas decisões dos indivíduos.

Um dos mais famosos entre eles era Richard Cantillon (1680-1734), banqueiro e escritor parisiense, foi o primeiro a descrever sistematicamente o comércio e foi quem começou a utilizar o termo “empreendedor” (LEITE, 2012).

Richard Cantillon utilizava o termo empreendedor com conotação parecida com a que atualmente é utilizada. Ele diferenciava este agente econômico dos trabalhadores e proprietários de terra na França daqueles tempos (MARIANO; MEYER, 2011).

Cantillon definiu empreendedor como aquele que compra meios de produção a preços conhecidos, para combiná-los em um produto que espera vender por um preço ainda desconhecido; compromete-se com os custos, mas seu lucro é ainda incerto (LEITE, 2012).

Estes proprietários recebiam um valor fixo pelo seu trabalho e pelo aluguel de terras, respectivamente. Já no caso do empreendedor, o lucro que obtinha era resultado da diferença entre o custo de produção e um preço incerto obtido pela venda do produto. Portanto, o empreendedor cumpria o papel de assumir risco e enfrentar incertezas, na expectativa de obter lucro. O empreendedor já se mostrava como um *undertaker*, um termo em língua inglesa que define alguém que assume o risco do empreendimento (MARIANO; MEYER, 2011).

Cantillon reconhece, assim, a atividade comercial como uma função distinta na sociedade, destacando o elemento especulativo que sempre existe nos negócios. Seus ensinamentos tornaram-se amplamente difundidos na França.

Quase um século depois, o economista francês Jean-Baptiste Say (1767-1832), seguidor de Cantillon, consolidou o termo empreendedor para designar a pessoa que tem a capacidade de transferir recursos de um negócio com baixas produtividade e rentabilidade para um outro negócio bem mais interessante quanto aos resultados proporcionados (OLIVEIRA, 2014).

Say tinha experiência própria do negócio e mostrou uma empatia para com os empreendimentos que os outros economistas clássicos não tinham. Para Say, o empreendedor era aquele que combinava diferentes valores em uma unidade

produtiva. O francês colocou o empreendedor no centro, tanto do processo de produção como da teoria da distribuição, o que posteriormente influenciou muitos outros teóricos da economia (LEITE, 2012).

O ato de empreender e “ser” empreendedor na época da Revolução Industrial pode ser traduzido nas palavras de Say:

O empreendedor é o intermediário entre todas as classes de produtores e entre estes e os consumidores. Administra a tarefa de produção e constitui o centro de várias relações. Aproveita-se do que os outros sabem e do que ignoram, bem como de todas as vantagens acidentais da produção. Por isso, é nessa categoria de produtores, quando os acontecimentos favorecem suas habilidades, que se adquirem quase todas as grandes fortunas (SAY *apud* MARIANO; MAYER, 2011, p. 20).

O economista escocês Adam Smith (1723-1790) também foi fortemente influenciado por Cantillon e pelos fisiocratas. O sistema econômico baseado no conceito de capitalismo foi concluído pelo economista escocês Adam Smith (1723-1790). Aproveitando o trabalho realizado anteriormente pelos fisiocratas, Smith completou seu famoso livro *A Riqueza das Nações*, em 1776, no início da Revolução Industrial na Grã-Bretanha. Apresentando os conceitos do capitalismo liberal e do capitalismo empreendedor, Smith é conhecido como um “arquiteto” do sistema atual da sociedade.

No entanto, Adam Smith falou muito do “patrão, do mercador e do “encarregado”. Por outro lado, nada disse a respeito do homem de negócios, que desempenhou uma parte pequena em sua análise do processo econômico. Inclina-se a identificar os detentores do capital com os homens de negócio. Tal como muitos outros teóricos, acreditava que o negócio surgia espontaneamente em presença do capital, de uma força de trabalho e das matérias-primas disponíveis (OLIVEIRA, 2014).

Dessa forma, economistas clássicos, como Smith, Ricardo e também Marx, não dedicam muita atenção a essa figura, não expressaram o papel do empreendedor como importante, distinto, em suas análises (LEITE, 2010).

No fim do século XIX, tornou-se cada vez mais evidente a necessidade de se fazer uma clara distinção entre o empreendedor e o capitalista. Neste período, o termo empreendedor adquiriu uma nova conotação associada à imaginação e inovação, além da já sedimentada associação entre empreendedorismo e assunção de risco para realizar algo de valor, principalmente devido à atuação de Henry Ford, o empreendedor que criou a empresa de automóveis Ford Motors. Ford deu grande

impulso à produção em massa com o desenvolvimento do conceito de linha de montagem (MARIANO; MAYER, 2011).

Com isso, crescia o número de economistas que acentuavam a importância do empreendedorismo. Mas entre os economistas, quem efetivamente se dedicou em profundidade a dissertar sobre as características do empreendedor e sua importância no desenvolvimento econômico foi o austríaco-americano Joseph Schumpeter (1883-1950).

Joseph Schumpeter alçou o empreendedor ao papel de grande transformador da sociedade, o agente da “destruição criativa”, afirmando que o empresário não apenas inventa coisas, mas também explora de forma inovadora o que já foi inventado (MARIANO; MEYER, 2011).

Com isso, Schumpeter utilizou essa designação, ou seja, destruição criativa, para definir a mutabilidade, ou seja, a natureza dinâmica dos fenômenos econômicos, defendendo que o apego ao pensamento e às estruturas existentes bloqueia a receptividade a novas ideias. Esforçou-se, assim, para colocar a tônica na mudança como um ingrediente essencial do sucesso na indústria e em outras atividades da empresa (LEITE, 2012).

Para Schumpeter, se um indivíduo inventa uma nova combinação de negócio que satisfaz melhor as necessidades existentes que as combinações de negócios disponíveis, de acordo com a teoria dinâmica por ele proposta, isso gera a destruição criativa das velhas estruturas, que perdem lugar para as novas estruturas.

De acordo com a definição de Schumpeter (1942 *apud* MARIANO; MAYER, 2011, p. 21):

O impulso fundamental que inicia e mantém o movimento da máquina capitalista decorre dos novos bens de consumo, dos novos métodos de produção ou transporte, dos novos mercados, das novas formas de organização industrial que a organização capitalista cria. [...] A abertura de novos mercados, internacionais ou domésticos, e o desenvolvimento organizacional da loja do artesão à siderurgia [...] ilustram o mesmo processo de mutação industrial – usando um termo biológico – que incessantemente revoluciona a estrutura econômica por dentro, incessantemente destruindo a antiga, incessantemente criando uma nova. Este processo de Destruição Criativa é o fato essencial sobre o capitalismo.

Schumpeter formulou suas principais ideias básicas em 1912, mas o solo acadêmico para essas sementes de pensamento conservou-se extraordinariamente difícil por mais de 50 anos. Isso porque lhes faltava o enquadramento matemático considerado a chave mestra para a aceitação (MARIANO; MAYER, 2011).

Desse modo, empreendedor, para Schumpeter, era sinônimo de aventura e pioneirismo. Era aquele indivíduo com ideias que combinavam capital e trabalho e que fazia algo verdadeiramente inovador: concebia um novo produto; introduzia um novo método de produção, uma nova maneira de fazer; criava um novo mercado; descobria uma nova fonte de matérias-primas; ou estabelecia novas formas de organização. Era essa capacidade de iniciativa, de inovação, de risco, de transformação que definia o empreendedor schumpeteriano. Pioneiro na identificação da contribuição vital dos empreendedores para o desenvolvimento e o crescimento econômicos, Schumpeter acreditava que eles eram dotados de um faro especial para detectar e aproveitar oportunidades criadas por mudanças tecnológicas, introduzindo processos de produção inéditos, abrindo novos mercados, agregando novas fontes de matérias-primas e estruturando novas organizações (MARIANO; MAYER, 2011)

Quando Schumpeter faleceu, em 1950, o administrador e filósofo austríaco Peter Drucker (1909-2005) despontava como o novo guru da administração moderna, o que seria confirmado, pouco tempo depois, com a publicação de seus vários livros. Com relação a empreendedorismo, inovação e mudança, Peter Drucker demonstrava convicção e clareza quanto aos critérios que definem os negócios e os empreendedores. Sua contribuição foi tão importante quanto a de Schumpeter e adquiriu o respeito do mundo acadêmico (DOLABELA, 2014).

Peter Drucker (1909-2005) incorporou o conceito de risco ao termo empreendedor, afirmando que a atividade empreendedora exige determinado nível de risco no negócio considerado (OLIVEIRA, 2014).

Conforme se verifica, até meados da primeira metade do século XVIII o termo empresário se referia a uma pessoa que decidia correr determinado nível de risco em algum negócio, quer fosse de forma honesta ou não. A partir de então é que aquele termo começou a se referir a um comerciante ou a alguém que produzia alguns bens e serviços, ou a alguém que realizava uma construção, ou a alguém que trabalhava com arte (OLIVEIRA, 2014).

No mundo atual, empreender continua tendo o mesmo significado que no passado. Quem empreende está sempre visando ao futuro e à construção de algo novo que vai melhorar a vida das pessoas, de preferência com soluções criativas, inovadoras e sustentáveis. O resultado maior da atividade empreendedora leva à geração de valor, riqueza e à transformação do ambiente em que se vive. Os empreendedores mudam o mundo e são os grandes propulsores do desenvolvimento

econômico. Como contrapartida, realizam-se e deixam um legado que ficará registrado na história (DORNELAS, 2014).

2.2 DEFINIÇÃO DE EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDOR

O empreendedorismo pode ser entendido como qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente, por um indivíduo, grupos de indivíduos, ou por empresas já estabelecidas (CHAGAS, 2014).

Pode ser definido como um processo evolutivo e inovador das capacidades, habilidades e atitudes profissionais direcionadas à alavancagem dos resultados dos empreendimentos e à consolidação de novos projetos estrategicamente relevantes (OLIVEIRA, 2014).

Para Hisrich *et al.* (2009, p. 30), o empreendedorismo refere-se ao

[...] processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e da independência financeira e pessoal.

Já a palavra “empreendedor” (*entrepreneur*) tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo (DORNELAS, 2013).

Para Birley e Musyka (2001, p.13) definem:

[...] são indivíduos que organizam, operam e assumem os riscos associados com um empreendimento que criaram, visando à concretização de uma oportunidade que eles e outros identificaram. O processo empreendedor é dirigido à realização do valor associado com as oportunidades de negócios.

Na visão de Oliveira (2014), o empreendedor é aquele que idealiza, empreende e consolida um negócio estrategicamente interessante, apresentando resultados positivos, através da otimização da capacidade de inovação e renovação. É ele quem administra todo nível de risco do empreendimento.

Na definição de Lezana e Tonelli (1998, p. 39):

Empreendedores são pessoas que perseguem o benefício, trabalham individual e coletivamente. Podem ser definidos como indivíduos que inovam, identificam e criam oportunidades de negócios, montam e coordenam novas combinações de recursos (funções de produção), para extrair os melhores benefícios de suas inovações num meio incerto.

Filion (1999 *apud* MOREIRA; MOREIRA; SILVA, 2014, p. 2) considera o

empreendedor como um indivíduo criativo, caracterizado pela capacidade de estabelecer e alcançar objetivos e metas. O empreendedor é capaz de manter que um nível alto de consciência no contexto em que vive, a qual utiliza para prospectar oportunidades de negócios, bem como inovação de forma constante.

Contudo, o termo empreendedor é multifacetado, dinâmico e vem evoluindo ao longo do tempo, acompanhando as mudanças no contexto social e tecnológico (CHAGAS, 2014).

Assim, ao se considerar as concepções e definições de empreendedorismo, pode-se distinguir quatro tipos: o que cria uma nova empresa, o que retoma uma empresa já existente, o que visa a um mercado existente e o que visa a um novo mercado, conforme demonstra a Figura 1.

Figura 1: Tipo de empreendedorismo



Fonte: Julien (2010, p. 15)

Em primeiro lugar, no quadrante superior esquerdo da figura, encontra-se o empreendedorismo pela criação de uma nova empresa, mais ou menos reproduzindo ou imitando o que outras já fazem. Para os pesquisadores, a criação de uma nova empresa é o arquétipo do empreendedorismo, por isso essa é a definição mais frequentemente considerada. A criação parte de uma intuição ou ideia, seja uma empresa bem pequena ou outra mais complexa. Tudo começa com a criação de uma empresa, por menor que seja, como no caso do trabalhador autônomo. Em alguns

casos, a empresa criada será mais inovadora, o que resulta em novos produtos ou processos (JULIEN, 2010).

Porém o empreendedorismo pode também vir da retomada de uma empresa existente, com a condição de que tal retomada a transforme um pouco, seja em sua organização e orientação, seja em sua entrada no mercado, seja ainda nos produtos que oferece. Por fim, no quadrante inferior direito encontra-se uma empresa já existente que amplia seu mercado, seja propondo um novo produto ou uma nova linha de produtos para o mercado regional ou nacional, seja oferecendo o mesmo produto a um mercado maior, predominantemente para exportação (JULIEN, 2010).

A nova empresa necessita de um mínimo de inovação, mesmo que decorrente em boa parte da imitação ou reprodução de outra. Se a empresa se distingue das outras pela influência central que o empreendedor tem na sua criação e forma de organização, pelo menos no começo, e pelo fato de que cria um valor relativamente novo, ela, por outro lado, também se caracteriza pelo efeito que tem sobre o empreendedor, sobre as organizações concorrentes e sobre os clientes (JULIEN, 2010).

O empreendedorismo tem uma função importante na criação e no crescimento dos negócios, assim como no crescimento e na prosperidade de nações e regiões. Esses resultados em larga escala podem ter princípios um tanto modestos, pois as ações empreendedoras começam no ponto em que uma oportunidade lucrativa encontra um indivíduo empreendedor (HISRICH; PETERS, SHEPHERD, 2014).

As oportunidades empreendedoras são situações nas quais novos bens, serviços, matérias-primas e métodos organizacionais podem ser introduzidos e vendidos por um valor maior do que seu custo de produção. Por exemplo, uma oportunidade empreendedora nasce da introdução de um produto tecnológico existente utilizado em um mercado para criar um novo mercado em outro local. Uma oportunidade empreendedora também poderia ser a criação de um novo produto tecnológico para um mercado existente ou a criação ao mesmo tempo de um novo produto/serviço e um novo mercado (HISRICH; PETERS, SHEPHERD, 2014).

O tema recorrente dessa história é que as oportunidades empreendedoras representam algo novo. No entanto, tais possibilidades exigem que um indivíduo empreendedor (ou grupo de indivíduos empreendedores) reconheça, avalie e explore essas situações enquanto oportunidades possíveis. Assim, o empreendedorismo

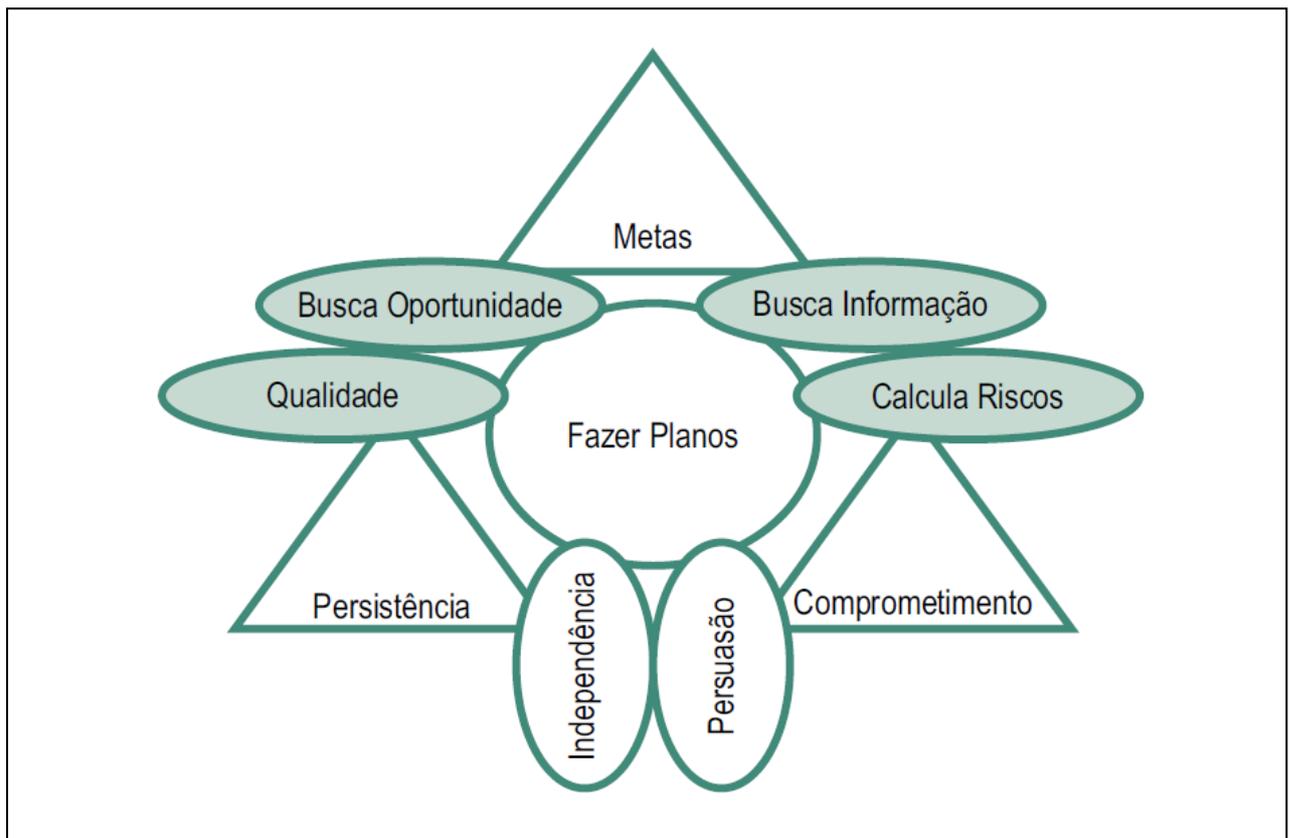
exige ação, uma ação empreendedora por meio da criação de novos produtos/processos e/ou da entrada em novos mercados, que pode ocorrer por meio de uma organização recém-criada ou dentro de uma organização estabelecida (HISRICH; PETERS, SHEPHERD, 2014).

2.3 CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDEDORES

Atualmente, não há consenso em relação ao perfil do indivíduo empreendedor, bem como de suas características comportamentais, mesmo que tema tenha sido alvo de inúmeras pesquisas (SIQUEIRA *et al*, 2014).

Não existe o empreendedor nato, mas os empreendedores possuem algumas características peculiares, conforme se pode verificar na Figura 2.

Figura 2: Características dos empreendedores



Fonte: Lapolli e Franzoni (2012 *apud* CARREIRA *et al*, 2015, p. 8)

Frente as suas mais diversas características, os empreendedores estão engajados em um processo que o economista Joseph Schumpeter descreveu como “destruição criativa”, que consiste em romper com velhos hábitos com o intuito de

gerar novas respostas às carências e desejos do mercado. Eles forçam situações com o objetivo de mudar as coisas para melhor. São construtores compulsórios: quando começam, não param mais (LEITE, 2012).

Frente a isso, Leite (2012, p. 19) afirma:

[...] ser empreendedor significa ter capacidade de iniciativa, imaginação fértil para conceber idéias, flexibilidade para adaptá-las, criatividade para transformá-las em uma oportunidade de negócio, motivação para pensar conceitualmente e a capacidade para ver, perceber as mudanças como uma oportunidade.

Numa análise um pouco mais profunda, percebe-se que eles são mais propensos a aceitar riscos, possuem a habilidade para lutar e decifrar a sua vida profissional e lidar de maneira produtiva com a falta de um quadro mais nítido do que vem pela frente. Muitos têm o objetivo de imprimir sua marca em tudo o que criam. E, enquanto uma ação motivada apenas pelo ego pode ser destrutiva, o empreendedor cujo ego não esteja completamente envolvido nas questões relacionadas à empresa é um verdadeiro portador desse espírito ativo (LEITE, 2012).

Além disso, o empreendedor é também uma pessoa exigente, que busca a qualidade e a eficiência em tudo o que realiza, procurando atuar de forma ágil e com baixo custo. Além de procurar satisfazer ou exceder aos padrões de excelência, também desenvolve ou utiliza procedimentos para assegurar que o trabalho seja concluído a tempo, atendendo aos padrões combinados (CARREIRA *et al*, 2015).

2.4 EMPREENDEDORISMO *VERSUS* INOVAÇÃO

A capacidade de realização do empreendedor aliada à percepção de oportunidades relacionadas à inovação resulta no desenvolvimento de novos produtos e serviços que passam a ser oferecidos à sociedade. Nesta dinâmica de inovação, o empreendedor torna-se um agente que destrói processos, padrões de produção, fontes de mercadoria até então existentes e mesmo indústrias antigas, e os substitui por outros de maior eficácia e produtividade. A ação dos empreendedores provoca grande impacto na economia, ao mesmo tempo em que gera progresso e desenvolvimento (MARIANO; MEYER, 2011).

Isso porque, a inovação cria nova demanda e os empreendedores são o veículo que a insere no mercado. Em outras palavras, esses agentes econômicos são proprietários de novos empreendimentos que introduzem inovações nos atuais

mercados e dessa maneira corroem os mercados existentes, pois suas inovações aumentam a demanda e criam novas riquezas (MARIANO; MAYER, 2011).

De acordo com Dornelas (2014, p. 14):

As inovações, geralmente trazidas ao mercado por empreendedores por meio de novos produtos e serviços, criam mudanças significativas e até proporcionam o surgimento de novos mercados. Com isso, passa a ocorrer uma renovação da dinâmica capitalista, com a destruição de modelos de negócio e mercados anteriormente dominantes, substituídos pelo novo. Em vários setores da economia, isso tem sido constatado, e, atualmente, essa proposição continua ainda mais vigente, haja vista a impressionante velocidade com que as mudanças ocorrem, regendo ou sendo regidas pelo surgimento das inovações

No entanto, o termo inovação é utilizado nos mais variados contextos. Em todos eles, incorpora a ideia de introdução do novo (MARIANO; MAYER, 2011).

Dentro deste contexto, pode-se definir a inovação como a criação de um produto, serviço ou processo superior pela exploração de alguma forma de mudança, seja ela de caráter técnico, organizacional, comercial, institucional, entre outras formas de mudança. Dependendo da magnitude da transformação introduzida e do seu grau de ineditismo, pode-se, inclusive, dar origem a um novo mercado (MARIANO; MAYER, 2011).

Na visão de Oliveira (2014), inovação do modelo de negócio é a capacidade de imaginar conceitos de negócio drasticamente diferentes ou novas maneiras de diferenciar negócios já existentes.

Schumpeter identificou cinco categorias de inovação, duas delas relacionadas a processo e três a produto (onde se lê produto, leia-se também serviço). São inovações de produto a introdução de um novo bem, a criação de uma nova funcionalidade em um bem já existente permitindo a exploração de um novo mercado, a criação de uma nova indústria ou setor industrial pela destruição de uma posição monopolista. São inovações de processo a introdução de um novo método de produção ou a identificação e uso de novas fontes ou insumos para produção (MARIANO; MAYER, 2011).

2.5 IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO PARA A ECONOMIA

Qualquer criação ou desenvolvimento de empresa tem impacto não apenas sobre ela mesma, mas também sobre o mercado local e possivelmente nacional ou internacional, o que acaba por provocar mudanças no tecido industrial

territorial. O empreendedorismo cria, portanto, uma estrutura diferente entre os diversos atores socioeconômicos do território; isso porque a chegada de uma nova empresa ou mudanças em empresas existentes provocam novos ajustes e a criação de novas empresas, além de estimular a mudança no tecido industrial (JULIEN, 2010).

Isso porque,

os empreendedores sabem conviver com o risco e tirar proveito das oportunidades, possuem um perfil diferente de motivação. Acredita-se que o empreendedor se motive pelo desejo de realização e independência provenientes do sucesso empresarial e da distinção social. Os empreendedores são fundamentais para promover o crescimento econômico, criar empregos e renda, melhorando assim as condições de vida da população. Indicadores demonstram a importância da atividade empreendedora na economia, não só no Brasil, mas em todo o mundo. Empreendedores são o sustentáculo de uma economia em qualquer lugar do mundo. São eles que agregam valor a produtos e serviços (BRASIL 2012 *apud* MOREIRA; MOREIRA.; SILVA, 2014, p. 5).

Os índices econômicos demonstram claramente que quase todo crescimento das maiores economias mundiais está sendo gerado pelas micro, pequenas e médias empresas, que geralmente possuem um perfil jovem e uma estrutura compacta, de modo a manter seu espírito empreendedor original (LEITE, 2012).

Na visão de Lenzi (2009, p. 18):

O fato é que o empreendedorismo configura-se como o principal fator de desenvolvimento econômico e social de um país. É através desse fenômeno que iniciativas isoladas ou conjugadas poderão reverter em crescimento ao país e, conseqüentemente, à população de forma geral.

A geração de empregos mantém um alto grau de dependência em relação à força criadora dos empreendedores: surgem oportunidades de colocação em empresas de todo tipo, principalmente as de alta tecnologia (LEITE, 2012).

2.6 MOTIVAÇÃO PARA EMPREENDER

A motivação para empreender divide-se entre os que empreendem por necessidade, uma vez que não encontram oportunidades de obter um emprego formal, e os que percebem oportunidades (MARIANO; MAYER, 2011).

No empreendedorismo de oportunidade, o empreendedor sabe aonde quer chegar, cria uma empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento que deseja 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. No empreendedorismo de necessidade, por sua vez, o candidato a empreendedor se aventura na jornada empreendedora por falta de opção, por estar desempregado e não ter alternativas de trabalho (LEITE, 2012).

No empreendedorismo por necessidade, os negócios costumam ser criados informalmente, não são planejados de forma adequada, e muitos fracassam bastante rápido, sem gerar desenvolvimento econômico e agravando as estatísticas de criação e mortalidade dos negócios (DORNELAS, 2013).

Segundo Lenzi (2009, p. 9):

O empreendedorismo por necessidade é considerado, em regra geral, como negativo, pois demonstra que muitos empreendimentos são criados apenas por necessidades pessoais do proprietário, sem considerar as necessidades do mercado. Por consequência, esse quadro tende a contribuir com as taxas de mortalidade das empresas criadas, pois, normalmente, seus proprietários não estão devidamente conscientes de todos os fatores que envolvem qualquer empreendimento no mercado.

Já no empreendedorismo por oportunidade, o empreendedor torna-se capaz de optar por um empreendimento diverso entre as mais variadas opções que considera possível para seu investimento pessoal e financeiro (VALE; CORRÊA; REIS, 2014).

A relação dos índices de empreendimentos criados por necessidade com as taxas de mortalidade das empresas ainda não está devidamente comprovada pelas pesquisas realizadas. Porém, há fortes evidências de que há uma relação, considerando os altos índices de mortalidade das empresas de pequeno porte. Segundo estudos do Sebrae, a taxa de mortalidade das empresas de pequeno porte chega a 60% para aquelas criadas há até três anos. Porém, preocupante mesmo é saber que 50% das empresas criadas fecham as portas com até 1 (um) ano de atividade (LENZI, 2009).

2.7 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Considera-se o empreendedorismo como um fenômeno de alcance internacional. É um assunto que vem sendo bastante difundido e discutido no Brasil nos últimos anos, com mais ênfase a partir dos anos 1990. Autores que tratam do tema colocam a ação empreendedora entre fatores responsáveis pela geração de empregos, desenvolvimento econômico e riqueza para sociedade (SILVA; MARTINS;

CARVALHO NETO, 2014).

No Brasil, o empreendedorismo não se desenvolveu na velocidade adequada, principalmente pelo forte protecionismo e, também, pelo longo período de fechamento de mercado, o que levou as empresas brasileiras a focar o mercado interno e, por consequência e por comodismo, a trabalhar com processos, produtos e serviços com baixo nível de tecnologia (OLIVEIRA, 2014).

O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como Sebrae e Sociedade Brasileira para Exportação de Software (Softex) foram criadas. Antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas. Os ambientes político e econômico do país não eram propícios, e o empreendedor praticamente não encontrava informações para auxiliá-lo na jornada empreendedora. (DORNELAS, 2013).

O histórico da entidade Softex pode ser confundido com o do empreendedorismo no Brasil na década de 1990. A entidade foi criada com o intuito de levar as empresas de software do país ao mercado externo, por meio de várias ações que proporcionavam ao empresário de informática a capacitação em gestão e tecnologia (DORNELAS, 2013).

Foi com os programas criados no âmbito da Softex em todo o país, junto a incubadoras de empresas e a universidades/cursos de ciências da computação/informática, que o tema empreendedorismo começou a despertar na sociedade brasileira.

O crescente movimento das franquias no Brasil também pode ser considerado um exemplo de desenvolvimento do empreendedorismo nacional. Segundo a Associação Brasileira de *Franchising*, em 2013, havia 2.426 redes de franquias constituídas no país, com mais de 104.500 unidades franqueadas, o que correspondeu a R\$ 103 bilhões de faturamento consolidado do setor (DORNELAS, 2014).

Em síntese, os últimos anos foram repletos de iniciativas em prol do empreendedorismo, criando as bases para a nova fase do empreendedorismo no país, que pode ser representada por dois importantes eventos no Brasil nesta década: a Copa do Mundo de Futebol de 2014 e as Olimpíadas de 2016. Trata-se de dois importantes marcos que geraram e ainda irão gerar novas oportunidades empreendedoras para a criação e o desenvolvimento de novos negócios no país

(DORNELAS, 2014).

Conforme Silva *et al* (2013, p. 185):

Os números do empreendedorismo no Brasil, assim como no resto do mundo, são fornecidos pela pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), que é desenvolvida em diversos países desde o ano de 1999. O contexto brasileiro também é relevante. O GEM – *Global Entrepreneurship Monitor* iniciou em 1999 uma avaliação anual dos níveis de atividade empreendedora em diferentes países por meio de uma parceria entre a *London Business School* e o *Babson College*. Atualmente, é o maior estudo do mundo contínuo sobre a dinâmica empreendedora. Aqui, o GEM realiza a pesquisa anualmente por meio de uma parceria entre o Sebrae e o Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP). [...]. Tais informações contribuem para reforçar a importância dos estudos sobre empreendedorismo no Brasil.

Esta pesquisa em seu ano inicial abrangeu 10 países e desde então, passou a contar com a associação de outras nações pelo mundo, constituindo-se atualmente no maior estudo a respeito do empreendedorismo e da atividade empreendedora. No ano de 2014, a pesquisa cobriu 90% do PIB – Produto Interno Bruto – mundial e 75% da população global, num total de 70 países (SEBRAE, 2014).

De acordo com GEM (2015, p. 7):

O projeto tem como objetivo compreender o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico dos países. Entende-se como empreendedorismo qualquer tentativa e criação de um novo empreendimento, como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente. No GEM importante destacar que o foco principal é o indivíduo empreendedor, mais do que o empreendimento em si.

No resultado do primeiro relatório executivo do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), em 2000, o Brasil apareceu como o país que possuía a melhor relação entre o número de habitantes adultos que começam um novo negócio e o total dessa população: um em cada oito adultos. Como se sabe, esse estudo tem sido realizado anualmente (DORNELAS, 2013).

A partir de 2001, passou a circular entre o quinto e sétimo lugar, apesar de ter aumentado sua taxa de atividade empreendedora, conforme afirma a pesquisa (LENZI, 2009).

O Brasil apareceu em 2012 com um índice de criação de empresas de 15,4, ou seja, em cada 100 pessoas, cerca de 15 desenvolviam alguma atividade empreendedora, correspondendo a mais de 18,5 milhões de pessoas envolvidas em novos negócios (DORNELAS, 2013).

No Brasil, até 2002, o índice de empreendedorismo de oportunidade era

inferior ao de empreendedorismo de necessidade, mas, nos últimos anos, tem-se percebido uma melhora e até reversão dessa tendência. Como exemplo, em 2012, para cada empreendedor de necessidade havia 2,3 empreendedores de oportunidade no Brasil, ou seja, mais de 69% dos empreendedores no país empreendiam por oportunidade (DORNELAS, 2013).

2.8 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

No Brasil, assim como na maior parte dos países, o pequeno negócio desempenha um papel relevante na economia. Vários estudos mostram que é neste segmento empresarial que há maior geração de emprego, além de ser o mais representativo em termos do número de empreendimentos abertos.

Segundo Almeida (2009), o significativo papel exercido pelas micro, pequenas e médias empresas, na economia, pode ser sintetizado da seguinte forma:

- pelo seu número, são o motor da economia real;
- pela sua dimensão, são flexíveis e adaptáveis à mudança;
- pela sua natureza, são a essência da iniciativa empresarial, a fonte do “empreendedorismo”;
- pela sua diversidade, cobrem, praticamente, todos os setores da economia;
- pela sua heterogeneidade de culturas, cada caso é um caso e não existem seguramente dois casos iguais;
- pela sua capacidade de inovação, são mais ágeis nas respostas às necessidades do mercado.

Devido ao grande número de micro e pequenas empresas no Brasil, a constituição Federal de 1988, no art. 179, estabelece que o Poder Público dispensará tratamento diferenciado às microempresas e às empresas de pequeno porte, no sentido de simplificar o atendimento às obrigações administrativas, tributárias, previdenciárias e creditícias, podendo a lei, inclusive, reduzir ou eliminar tais obrigações. O objetivo dessa norma foi o de incentivar tais empresas, criando as condições para o seu desenvolvimento (COELHO, 2015).

Atualmente, a Lei complementar nº 123, de 2006 (Estatuto Nacional da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte) define Microempresa como aquela cuja receita bruta anual é de até R\$ 360.000,00, e Empresa de Pequeno Porte, aquela

que tem receita bruta anual entre esse valor e R\$ 3.600.000,00. No cômputo da receita bruta anual, que é conceito sinônimo de faturamento, considera-se a soma de todos os ingressos derivados do exercício da atividade comercial ou econômica a que se dedica o empresário. Esses valores são periodicamente atualizados pelo Poder Executivo (COELHO, 2015).

O número de MPEs é muito expressivo. Concentrado nas atividades de comércio e serviços, está o maior número de estabelecimentos (mais de 86%), conforme apresentado. A participação da pequena empresa nos setores industriais e de transporte, por exemplo, deve-se à exigência de maior investimento e capital. No varejo e nos serviços, é possível criar uma empresa com menos dinheiro (OLIVEIRA, 2014).

Dessa forma, pelos dados que são apresentados por várias pesquisas realizadas, pode-se considerar que a geração de novos empreendimentos é algo irreversível e inquestionável (OLIVEIRA, 2014).

Os micro e pequenos estabelecimentos oferecem a maior quantidade de empregos na economia. De acordo com o porte da empresa, as MPEs respondem por aproximadamente 57% dos empregos formais. Se considerarmos os empregos nos pequenos empreendimentos informais e sem registro no Brasil, esses números são mais expressivos (COELHO, 2015).

Por isso, em 2008, o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte foi alterado para a criação da figura do Microempreendedor Individual (MEI).

2.9 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL

A lei do MEI pode ser considerada como um destaque positivo para contribuir para potencializar a quantidade de empresas criadas no país, pois trouxe para a formalidade milhões de empreendedores brasileiros que até então atuavam de maneira não oficial (DORNELAS, 2014).

Esta nova figura jurídica, que visa incluir e retirar da informalidade pessoas que exercem atividades econômicas de pequeníssimo porte, foi criada pela Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008, que criou o “Microempreendedor Individual – MEI”.

Conforme art. 18-A, §1º da Lei nº 123 de 2006, considera-se

microempreendedor individual o empresário individual do art. 966 a que se refere o Código Civil brasileiro: “Art. 966. Considera-se empresário quem exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços” (BRASIL, 2002).

Esta categoria de empresários deve ser optante pelo Simples Nacional, que tenha auferido receita bruta anual nos limites impostos pela própria lei (R\$ 60 mil anuais), disciplinado pelo Simples Nacional, e que não esteja impedido de optar pela sistemática prevista no próprio artigo.

Dessa forma, Coelho (2015, p. 42) coloca:

Para ser empresário individual, a pessoa deve encontrar-se em pleno gozo de sua capacidade civil. Não têm capacidade para exercer empresa, portanto, os menores de 18 anos não emancipados, ébrios habituais, viciados em tóxicos, deficientes mentais, excepcionais e os pródigos, e, nos termos da legislação própria, os índios. Porém, o menor emancipado (por outorga dos pais, casamento, nomeação para emprego público efetivo, estabelecimento por economia própria, obtenção de grau em curso superior), exatamente por se encontrar no pleno gozo de sua capacidade jurídica, pode exercer empresa como o maior.

Na verdade, o Empreendedor Individual é a pessoa que trabalha por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário. Para ser um Microempreendedor Individual, é necessário não ter participação em outra empresa como sócio ou titular. O empreendedor também pode ter um empregado contratado que receba o salário mínimo ou o piso da categoria (DORNELAS, 2014).

Esta categoria alcançou as pessoas que exerciam uma atividade informal e que tinham dificuldades em cumprir o conjunto de exigências burocráticas definidas para a constituição de uma empresa. O MEI tem como objetivo alcançar aqueles empreendedores menores, os chamados autônomos ou ambulantes, como costureiras, cabeleireiros, pipoqueiros, sapateiros, artesão, artistas, entre outros. No total, encontram-se mais de 400 (quatrocentas) funções aprovadas ou atividades que podem ser exercidas pelo Empreendedor Individual.

Conforme Coelho (2015, p. 41):

O empresário individual ou o microempreendedor individual, em regra, não explora atividade economicamente importante. Em primeiro lugar, porque negócios de vulto exigem naturalmente grandes investimentos. Além disso, o risco de insucesso, inerente a empreendimento de qualquer natureza e tamanho, é proporcional às dimensões do negócio: quanto maior e mais complexa a atividade, maiores os riscos. Em consequência, as atividades de maior envergadura econômica são exploradas por sociedades empresárias anônimas ou limitadas, que são os tipos societários que melhor viabilizam a conjugação de capitais e limitação de perdas. Aos empresários individuais sobram os negócios rudimentares muitas vezes ambulantes. Dedicam-se a

atividades como varejo de produtos estrangeiros adquiridos em zonas francas (sacoleiros), confecção de bijuterias, de doces para restaurantes ou bufês, quiosques de miudezas em locais públicos, bancas de frutas ou pastelarias em feiras semanais, entre outros.

Devido a isso, muitas são as vantagens oferecidas por essa lei a esta categoria de empresários, entre elas, o registro no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), o que facilita a abertura de conta bancária, o pedido de empréstimos e a emissão de notas fiscais. Além disso, o MEI será enquadrado no Simples Nacional e ficará isento dos tributos federais (Imposto de Renda, PIS, Cofins, IPI e CSLL). O Empreendedor Individual tem acesso a benefícios, como auxílio-maternidade, auxílio-doença, aposentadoria, entre outros (DORNELAS, 2014).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O termo “método” retira sua origem do grego *méthodos*, de onde derivou, em latim, *methodus*, e, então, a absorção pelas línguas neo-latinas (*méthode*), significando “caminho”. Assim, a própria significação da palavra “método” indica que sua função é instrumental, ligando dois polos, a saber, um polo de origem ou ponto de partida, outro polo de destinação ou ponto de chegada (estado de conhecimento) (DEMO, 2010).

Com isso, entende-se por método o processo detido de reflexão, o processo de manipulação aprimorada de conhecimentos, enfim, o processo de construção do saber, consiste exatamente nisto, ou seja, na aproximação do estado de conhecimento. Nesse ínterim se percorre um espaço, a que se convencionou chamar caminho, e, para a ciência, essa mediação entre os dois polos é feita com base no método (DEMO, 2010).

Dentro deste contexto, a seguir são apresentados os procedimentos metodológicos adotados para o estudo.

3.1 TIPO DE ESTUDO

No que se refere ao tipo, este estudo pode ser enquadrado como uma pesquisa bibliográfica, descritiva e de campo.

É uma pesquisa bibliográfica, porque, segundo a definição de Cervo e Bervian (2002, p. 65):

[...] procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em documentos. Pode ser realizada independentemente ou como parte da pesquisa descritiva ou experimental. Em ambos os casos, busca conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado existente sobre determinado assunto, tema ou problema.

A pesquisa bibliográfica, dessa forma, são as que buscam fornecer aporte teórico em relação ao assunto em questão, por meio de fontes e obras do meio virtual ou impresso, conforme apresentado por Santos (2004, p. 28):

São fontes bibliográficas os livros (de leitura corrente ou de referência, tais como dicionários, enciclopédias, anuários etc.), as publicações periódicas (jornais, revistas, panfletos etc.), fitas gravadas de áudio e vídeo, *websites*, relatórios de simpósios/seminários, anais de congressos etc. A utilização total ou parcial de quaisquer dessas fontes caracteriza a pesquisa como pesquisa bibliográfica.

Além de ser uma pesquisa de natureza bibliográfica, o estudo também é enquadrado como descritivo, segundo a definição de Cervo e Bervian (2002, p. 45):

A pesquisa descritiva observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los. Procura descobrir, com a precisão possível, a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com outros, sua natureza e características. Busca conhecer as diversas situações e relações que ocorrem na vida social, política, econômica e demais aspectos do comportamento humano, tanto do indivíduo tomado isoladamente como de grupos e comunidades mais complexas. A pesquisa descritiva desenvolve-se, principalmente, nas ciências humanas e sociais, abordando aqueles dados e problemas que merecem ser estudados e cujo registro não consta de documentos.

As pesquisas descritivas são as que se caracterizam pela ausência de manipulação para obtenção dos resultados, diversamente do que ocorre na pesquisa experimental ou de laboratório. Neste tipo de estudo, o pesquisador apenas investiga e registra os dados, fenômenos ou resultados tal como ocorrem (SANTOS, 2004).

Finalmente, é uma pesquisa de campo, porque a investigação foi realizada no local onde os fenômenos investigados ocorrem, ou seja, no campo dos MEIs de Içara. Conforme expresso por Marconi e Lakatos (2006, p.189), as pesquisas de campo “são os estudos que se destinam a levantar informações acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles”.

3.2 LOCAL DE ESTUDO

O local de estudo foi o município de Içara, que localiza-se no sul de Santa Catarina, a 5 Km de Criciúma e a 182 Km de Florianópolis, com uma área de 228 928 Km². Possui 58.859 habitantes (29.543 mulheres e 29.316 homens) (SEBRAE-SC 2013).

A economia é fundamentada na produção agrícola (fumicultura, apicultura). O setor industrial do município se diversificou e cresceu nos últimos vinte anos, observando-se indústrias cerâmicas, fritas, mineração, vestuário, entre outras (SEBRAE- SC, 2013).

3.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA

De acordo com o Portal do Microempreendedor Individual (2015), o município de Içara conta com 1.246 MEIs cadastrados (Anexo 1), sendo esse

universo considerado como a população deste estudo.

Conforme a definição de Diehl (2006, p. 16):

A população é um conjunto de elementos passíveis de serem mensurados com respeito às variáveis que se pretende levantar. A população pode ser formada por pessoas, famílias, empresas, ou qualquer outro tipo de elemento, conforme os objetivos da pesquisa.

Por ser um universo relativamente amplo, retirou-se uma amostra para compor o estudo. Conforme Marconi e Lakatos (2006, p. 83), amostra em pesquisas científicas é “[...] uma parcela convenientemente selecionada do universo (população), ou seja, um subconjunto do universo”.

Para se calcular o total da amostra, de forma que a mesma pudesse ter representatividade frente à população em estudo, utilizou-se a fórmula proposta por Santos (2015, p. 02):

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p) + e^2 \cdot (N - 1)}$$

Onde:

n - amostra calculada

N – população

Z - variável normal padronizada associada ao nível de confiança

p - verdadeira probabilidade do evento

e - erro amostral

Com base na fórmula acima referida, a partir de uma população finita de 1.246 elementos e considerando-se um erro amostral de 12% e um nível de confiança de 90%, a amostra totalizou 46 MEIs.

3.4 FORMA DE COLETA DOS DADOS

Buscando-se coletar os dados durante a pesquisa de campo de campo realizado, utilizou-se dados primários. Conforme Roesch (2009), dos dados são os que são coletados ou gerados pelo próprio pesquisador, de forma diversa dos dados secundários, esses que já se encontram existentes ou disponíveis.

O instrumento utilizado para a coleta dos dados primários foi o questionário. Mc Daniel e Gates (2005, p. 165) definem este instrumento de

pesquisa:

O questionário pode ser definido como um dos instrumentos de coleta de dados em pesquisa de marketing que é preenchido pelos informantes, sem necessitar da presença direta do pesquisador. Ele pode ser identificado por uma série de perguntas ordenadas que uma certa amostra deve responder. Esse instrumento é o mais utilizado em pesquisas quantitativas, principalmente quando se mencionam pesquisas de grande escala no marketing. Porém, o questionário não deve ser entendido como um formulário que não tem reflexão, pois este é um instrumento que busca mensurar algo nas pesquisas de marketing.

Para Oliveira (2002, p. 44): “O questionário é um conjunto de perguntas, ordenadamente dispostas, que são feitas aos entrevistados”.

O questionário utilizado (Apêndice A) foi formulado com perguntas fechadas.

3.5 FORMA DE ANÁLISE DE DADOS

Para a análise dos dados, o estudo utilizou a abordagem quantitativa. Oliveira (2002, 117) define:

A abordagem quantitativa significa quantificar opiniões, dados, nas formas de coletas de informações, assim como também com o emprego de recursos e técnicas estatísticas desde as mais simples, como percentagem, média, moda, mediana e desvio padrão, até as de uso mais complexo, como coeficiente de correlação, análise de regressão, etc. O método quantitativo é muito utilizado no desenvolvimento de pesquisas descritivas, na qual se procura descobrir e classificar a relação entre variáveis, assim como na investigação da relação de causalidade entre os fenômenos: causa e efeito. É uma forma de garantir a precisão dos resultados, e evitando com isso distorções de análise e interpretações.

Dessa forma, após a aplicação do questionário, os resultados receberam o tratamento quantitativo, verificando a ocorrência em termos de frequência absoluta (N) e frequência relativa (%), representados em tabelas e gráficos

3.6 FORMA DE APLICAÇÃO DOS QUESTIONÁRIOS

Para se chegar à população envolvida no estudo, num primeiro momento foi pesquisado o número de MEIs cadastrados no município de Içara, por meio do Portal do Microempreendedor Individual. Em seguida, obteve-se junto ao Sebrae do município, a lista dos MEIs, na qual constava os dados dos mesmos, como nome, endereço, telefone, e-mail, entre outras informações. A partir disso, o questionário foi

enviado para 100 elementos, escolhidos aleatoriamente da lista fornecida pela instituição. Contudo, obteve-se o retorno de 20 respostas. Sabendo-se que a amostra deveria contemplar 46 representantes, procedeu-se a visita pessoal ao restante, bem como realizou-se ligação telefônica a outros, quando então foi possível completar o total da amostra para o estudo.

A aplicação ocorreu entre os dias 18 de maio a 01 de junho de 2015..

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

A seguir, representa-se os resultados da pesquisa de campo realizada junto aos MEIs do município de Içara, SC.

Tabela 1: Sexo

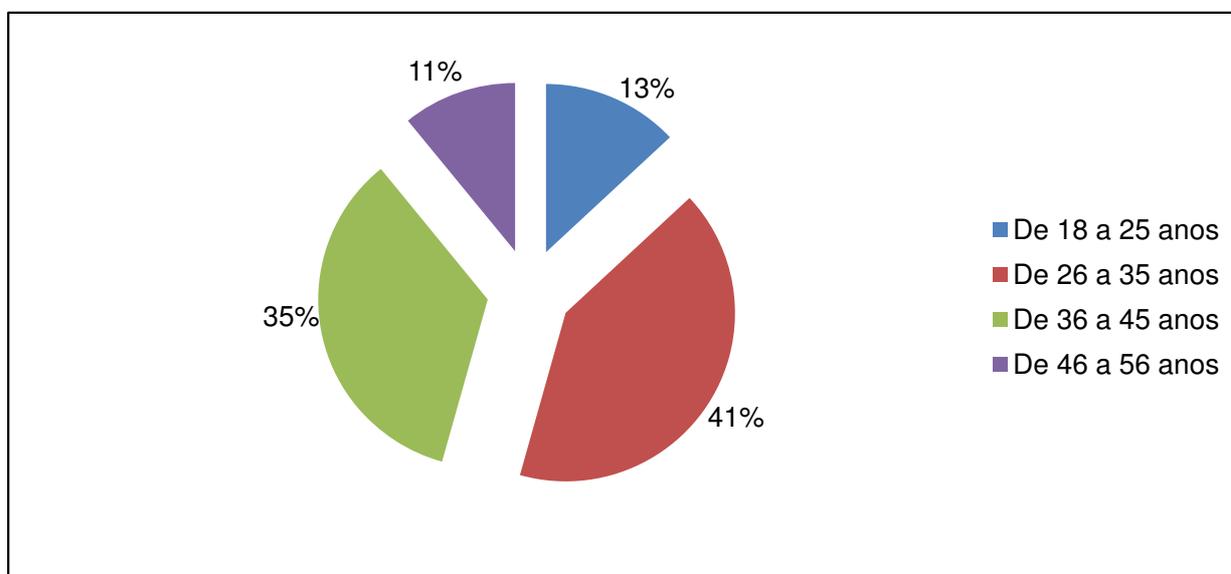
VARIÁVEL	FREQUÊNCIA ABSOLUTA N	FREQUÊNCIA RELATIVA %
Feminino	22	42
Masculino	24	58
TOTAL	46	100

Fonte: Dados da pesquisa (2015)

Conforme se identifica na tabela 1, a maioria dos MEIs integrantes da amostra é do sexo masculino, predominando em 52%, porém, próximos, encontram-se os microempreendedores do sexo feminino, com 48% das ocorrências.

Este resultado faz perceber que, embora os homens sejam predominantes, as mulheres também se destacam no que se refere à atividade empreendedora.

Gráfico 1: Idade



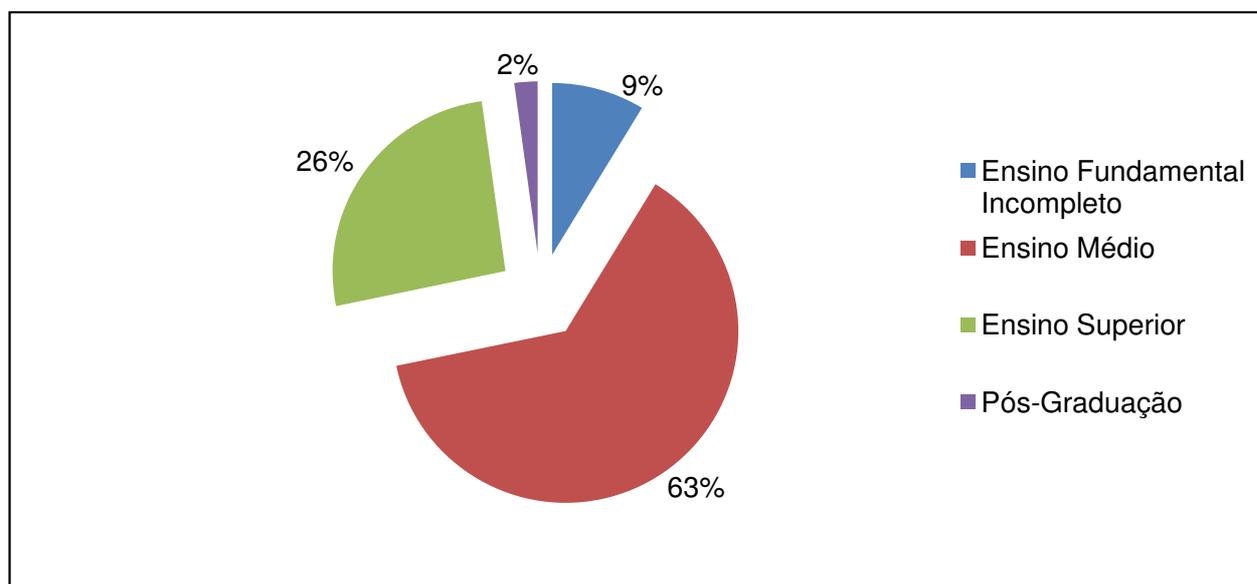
Fonte: Dados da pesquisa (2015)

No que se refere à idade, nota-se que há ocorrência em quatro faixa etária, com prevalência para os microempreendedores com idade entre 26 a 35 anos, com 41%, seguidos por 35% que têm entre 36 a 45 anos, além de 13% cuja idade

situa-se entre 18 e 25 anos e 11% situados na faixa etária de 46 a 56 anos.

Não se observou-se microempreendedores das faixas entre 56 a 66 anos, mais de 66 anos, o que pode significar que a atividade empreendedora não seja atraente para indivíduos com idade um pouco mais elevada, ou que estes já estejam atuando em um empreendimento maior, como empresa de pequeno porte ou microempresa, após suas iniciativas empreendedoras.

Gráfico 2: Escolaridade

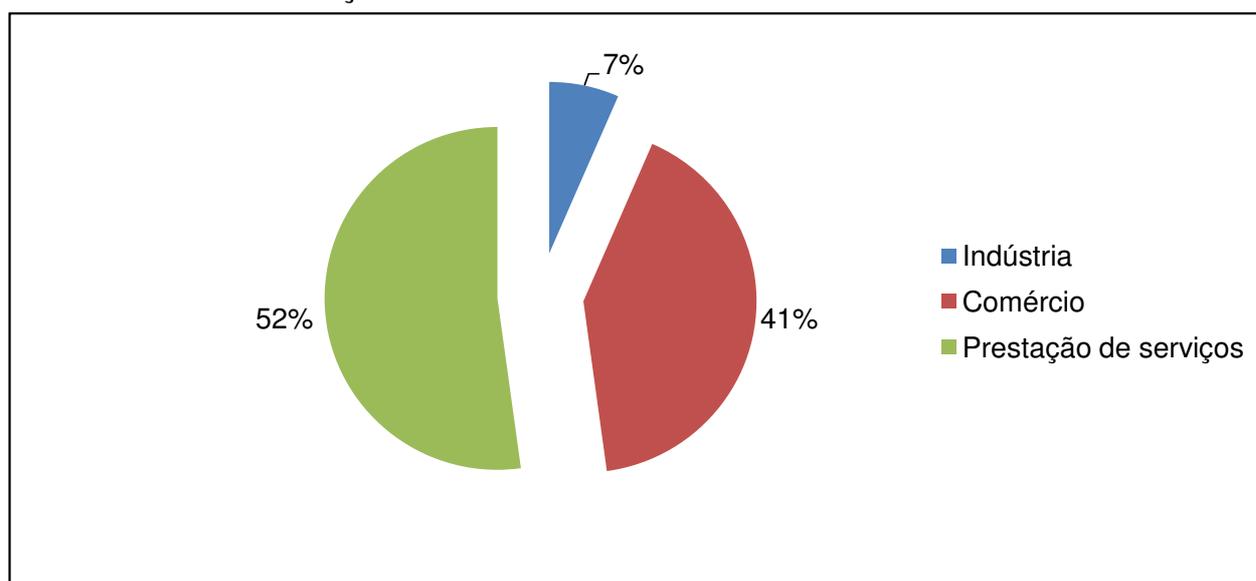


Fonte: Dados da pesquisa (2015)

No que tange à escolaridade, também se encontra microempreendedores de todos níveis escolares, embora prevaleçam de forma expressiva o que possuem Ensino Médio, tanto completo como incompleto, na faixa de 63% dos integrantes da amostra. O restante distribui-se entre 26% com Ensino Superior (completo ou incompleto), 9% com Ensino Fundamental (também completo ou incompleto) e uma pequena parcela, ou seja, 2%, com Pós-Graduação.

Este resultado pode significar que os microempreendedores não buscam a formação continuada por meio de um curso superior, que seria capaz de fazer com que pudessem melhor gerir o seu negócio.

Gráfico 3: Setor de atuação



Fonte: Dados da pesquisa (2015)

Os resultados do gráfico 3 demonstram o setor de atuação dos microempreendedores componentes do estudo, pelo qual se verifica que a maioria atua no ramo de prestação de serviços, expresso pelo percentual de 52%, próximos no entanto, encontram-se os atuantes no setor de comércio, com 41%, dos quais a maioria é no comércio varejista, enquanto apenas 7% têm atuação no setor industrial.

A pouca expressividade neste setor, no entanto, não significa que o mesmo não seja expressivo no município. Porém, pelo fato da manufatura envolver grandes investimentos, como máquinas, equipamentos e mão de obra, e conseqüentemente mais faturamento, pode não permitir a adesão do empreendedor como MEI. Neste caso, deverá optar por outro enquadramento, tal como microempresa ou empresa de pequeno porte. Além disso, sabe-se que o setor de prestação de serviços é o que vem predominando na economia de praticamente todos os países.

Tabela 2: Número de funcionários

ESCALA	FREQUÊNCIA ABSOLUTA	FREQUÊNCIA RELATIVA
Nenhum	29	63
01 funcionário	17	37
TOTAL	46	100

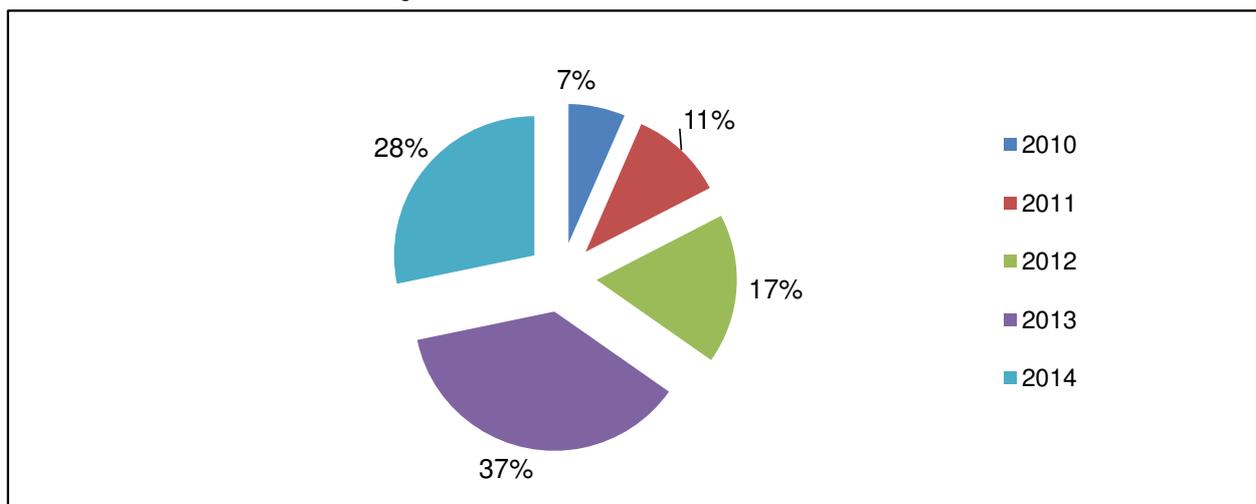
Fonte: Dados da pesquisa.

Em relação ao número de colaboradores, o gráfico 5 demonstra que a

maioria dos MEIs da amostra atuam sem contratar funcionários, verificado em 63% das ocorrências, enquanto 37% afirmaram que possuem 01 empregado.

Ressalta-se que o número de empregados permitido pela Lei do MEI é de 01 colaborador. Além disso, o salário a ser pago é o salário mínimo vigente no país, o que pode dificultar a contratação de funcionários, que preferem buscar oportunidades de emprego com maiores vantagens salariais.

Gráfico 4: Ano da formalização



Fonte: Dados da pesquisa (2015)

No que se refere ao ano da formalização, evidencia-se no Gráfico 6 que a maioria solicitou a adesão no ano de 2013, sendo encontrados também os que se formalizaram em 2014, com 28%, os de 2012, com 17%, além dos que aderiram em 2011, com 11% e 7% formalizaram-se em 2010.

Dessa forma, fica evidenciado que os empreendedores do município demoraram algum tempo para buscar a formalização, tendo em vista que a lei que instituiu esta figura é do ano de 2008.

Tabela 3: Média de faturamento mensal

ESCALA	FREQUÊNCIA ABSOLUTA	FREQUÊNCIA RELATIVA
De R\$1000 a R\$ 2999	14	---
De R\$2999 a R\$ 5000	22	7
Não respondeu	10	11
TOTAL	46	100

Fonte: Dados da pesquisa.

Em relação à média de faturamento mensal, evidencia-se que a maioria afirmou que é entre R\$2999 a R\$ 5000, expresso por 48% dos respondentes, enquanto 30% faturam entre R\$1000 a R\$ 2999. O restante, 22%, não respondeu à questão.

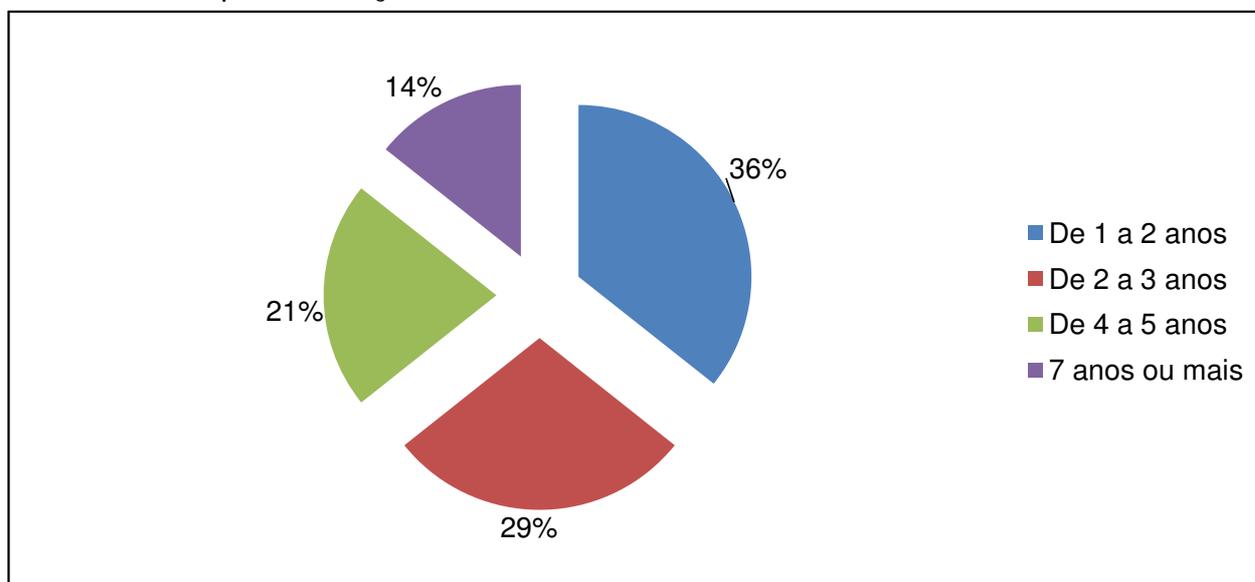
Tabela 4: Principal ocupação antes da formalização

ESCALA	FREQUÊNCIA ABSOLUTA	FREQUÊNCIA RELATIVA
Desempregado	10	22
Empregado c/ carteira assinada	22	48
Autônomo s/ registro	14	30
TOTAL	46	100

Fonte: Dados da pesquisa.

Conforme se verifica nos resultados relacionados à principal ocupação antes da formalização, 48% dos MEIs eram empregados, com carteira assinada, enquanto 30% relataram que eram autônomos, sem registro e 22% encontravam-se desempregados.

Gráfico 5: Tempo de atuação na informalidade



Fonte: Dados da pesquisa (2015)

O gráfico 9 representa os MEIs que afirmaram que atuavam na informalidade antes da formalização, ou seja, os autônomos sem registro (N=14). Verifica-se que a

maioria relatou que assim permaneceu por 1 a 2 anos, com 36%, enquanto 29% atuaram na informalidade entre 2 a 3 anos. O restante distribui-se com 21% que atuaram sem registro entre 4 a 5 anos e 14% que foram autônomos sem registro de 7 anos ou mais.

Tabela 5: Empreendimento anterior ao atual

ESCALA	FREQUÊNCIA ABSOLUTA	FREQUÊNCIA RELATIVA
Não	40	22
Sim	6	47
TOTAL	46	100

Fonte: Dados da pesquisa.

Em relação à atividade empreendedora anterior à atual, verifica-se que 87% afirmaram que não, ou seja, continuam no mesmo ramo, enquanto 13% podem ser considerados como empreendedores em série, por terem tido atividade empreendedora anterior.

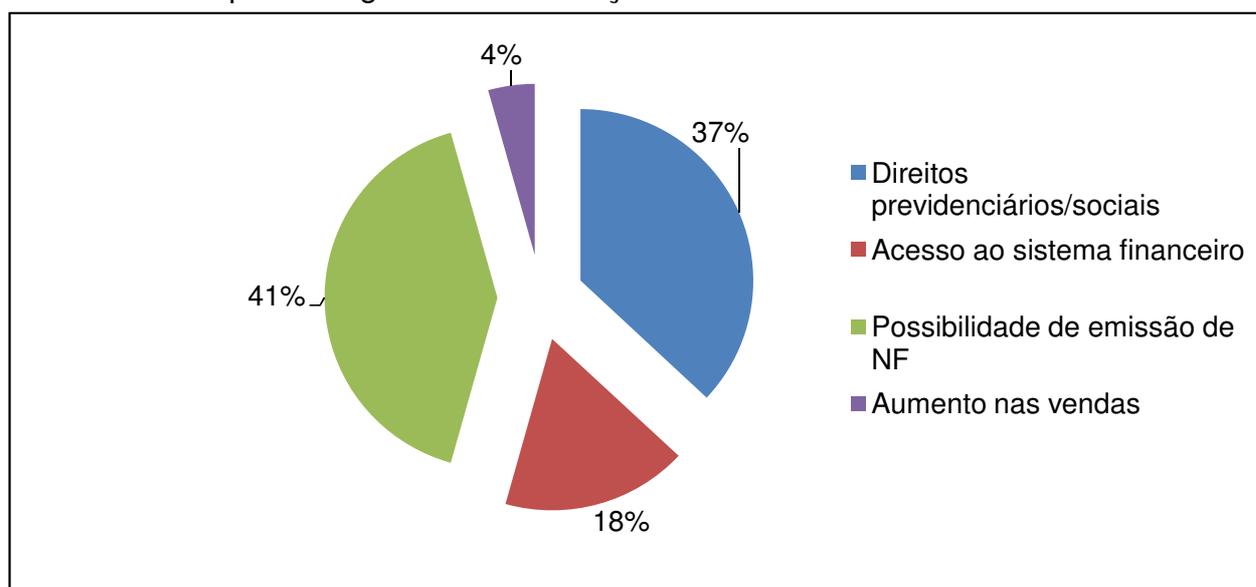
Tabela 6: Atuação profissional paralela ao empreendimento

ESCALA	FREQUÊNCIA ABSOLUTA	FREQUÊNCIA RELATIVA
Não	42	22
Sim	04	47
TOTAL	46	100

Fonte: Dados da pesquisa.

Conforme se verifica, a maioria dos MEIs atuam somente no empreendimento, expresso segundo 91% das indicações, enquanto 9% relataram que têm outra função profissional paralela, das quais destacaram: vigia/segurança, *promoter*, massagista e vendedor ambulante em eventos.

Gráfico 6: Principal vantagem da formalização



Fonte: Dados da pesquisa (2015)

Ao serem indagados sobre a principal vantagem da formalização, a possibilidade emissão de Nota Fiscal – NF é a mais indicada, verificada em 41% das respostas, enquanto 37% dos MEIs referiram ser os direitos previdenciários/trabalhistas. Para 18%, a principal vantagem é o acesso ao sistema financeiro, sendo o aumento das vendas para 4% dos respondentes.

Tabela 7: Investimentos no empreendimento após a formalização

ESCALA	FREQUÊNCIA ABSOLUTA	FREQUÊNCIA RELATIVA
Não	31	37
Sim	15	18
TOTAL	46	100

Fonte: Dados da pesquisa.

Pelos dados do gráfico 13, pode-se verificar que a maioria dos MEIs da amostra afirmaram que não realizaram investimento no empreendimento após a formalização, expresso por 67%, enquanto 33% referiram que sim. Levados a mencionar o tipo de investimento, em caso positivo, a maioria relatou que foi a compra de veículo, enquanto outros relataram o aumento de estoque de mercadorias, compra de equipamentos de informática, aquisição de imóvel e construção de *website*.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

5.1 CONCLUSÕES

Com o objetivo geral de investigar as características dos microempreendedores individuais do Extremo Sul Catarinense com sede no município de Içara/SC, realizou-se uma pesquisa envolvendo 46 MEIS do município.

Num primeiro momento, buscando-se identificar o perfil dos microempreendedores individuais formalizados no município foi possível constatar, em relação ao sexo, que não se observou predominância significativa em relação ao gênero verificando-se que 52% do sexo masculino e 48% do sexo feminino. No que se refere à idade, identificou que há ocorrência em quatro faixas etárias, das quais a maior com até 56 anos, com prevalência para os microempreendedores jovens, com idade entre 26 a 35 anos, com 41%. Da mesma forma, também se encontrou microempreendedores de todos níveis escolares, com maior ocorrência para os que têm Ensino Médio, com 63% dos casos.

Também foi identificado que a maioria atua sem funcionários, com 63% das ocorrências. Identificou-se que o ano de 2013 foi o que mais registrou adesão, com 28%, enquanto a média de faturamento é entre R\$2999 a R\$ 5000, ou seja, até o valor máximo permitido para este tipo de empresário. Além disso, a maioria dos MEIs não tiveram atividade empreendedora anterior à atual e 91% dedicam-se apenas à função em seu empreendimento.

Ao se verificar os principais setores de atividade com mais aderência dos MEIs, os resultados demonstraram que o setor de atuação mais encontrado foi o ramo de prestação de serviços, com 52%, porém, próximos encontram-se os atuantes no setor de comércio, com 41%, não se observando prevalência significativa para o setor industrial.

Em relação à principal ocupação antes da formalização, observou-se que 48% dos MEIs eram empregados, com carteira assinada. Porém, este percentual é superado pelos 30% que relataram que eram autônomos e 22% que se encontravam desempregados, perfazendo um total de 52%, o que significa que os MEIs podem ser considerados como empreendedores por necessidade. Porém, o tempo de permanência na informalidade foi o de 1 a 2 anos, com 36%.

Ao se identificar as principais vantagens obtidas após a formalização, a

possibilidade emissão de Nota Fiscal – NF é a mais indicada, verificada em 41% das respostas.

Finalmente, buscando-se analisar o impacto econômico dos microempreendedores individuais após a formalização, não se observou resultado significativo, tendo em vista que apenas 33% referiram que sim, sendo a compra de veículo a mais referida.

Frente a este contexto, este trabalho teve por objetivo geral investigar as características dos microempreendedores individuais do Extremo Sul Catarinense com sede no município de Içara/SC. Diante dos resultados, pode-se concluir que o advento da Lei que instituiu a figura do MEI possibilitou o desenvolvimento de agentes econômicos sem experiência anterior em negócios ou empreendimentos, que empreenderam por necessidade, principalmente devido à principal vantagem destacada, que foi a possibilidade de emissão de Nota Fiscal, acreditando-se que este fator aumenta as vendas e abre novos mercados para o empreendedor em estágio inicial.

No entanto, a adesão ao MEI parece não permitir a expansão dos negócios, tendo em vista que o valor de faturamento permitido, ou seja, R\$ 60.000 anuais ou R\$5.000 mensais, não é suficiente para a realização de investimentos no negócio, valores esses que são alocados para a subsistência do microempreendedor ou para a aquisição de bens pessoais, como veículos, por exemplo.

Porém, mesmo com esta limitação a adesão ao MEI demonstra ser um instrumento que retira o pequeno empreendedor da informalidade, fornecendo benefícios e vantagens, bem como o ganho de experiência na gestão de um empreendimento, o que pode contribuir para a adesão futura em outro enquadramento de empresário, como empresa de pequeno porte ou microempresa.

5.2 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

Apesar de este estudo ter envolvido uma parcela de MEIs do total cadastrados no município de Içara, com um erro amostral de 12% e um nível de confiança de 90%, acredita-se que a principal limitação deste estudo foi o número de microempreendedores envolvidos, o que não foi possível devido ao tempo para a aplicação da pesquisa, prejudicado pela demora em se obter os dados referentes ao endereço, telefone e e-mail dos mesmos.

5.3 SUGESTÕES PARA PESQUISAS FUTURAS

Como sugestões para futuros estudos, indica-se o aumento da amostra no número de MEIs do município, bem como a realização de pesquisa semelhante em outras localidades da região, com o objetivo de se verificar se há semelhança nos resultados obtidos, comparando e analisando as realidades verificadas por MEIs.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Amador Paes de (Coord.). **Comentários ao Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte: Lei Complementar n. 123/2006** : Lei Complementar nº 127/2007. São Paulo: Saraiva, 2009.

BRASIL. Lei nº. 10.406, de 24 de abril de 2002. Institui o Código Civil. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/2002/L10406.htm>. Acesso em 22 abr. de 2015.

BRASIL. Resolução CGSN nº. 58, de 27 de abril de 2009. Dispõe sobre o Microempreendedor Individual - MEI. Disponível em <<http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/Resolucao/2009/CGSN/Resol58.htm>> Acesso em: 15 abr. 2015.

CARREIRA, Suely da Silva *et al.* Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico. **Navus**, Florianópolis - SC, v. 5 , n. 2 , p. 06-13 , abr./jun. 2015.

CHAGAS, Edilson Enedino das. **Direito empresarial esquematizado**. São Paulo: Saraiva, 2014.

CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A. **Metodologia científica**. São Paulo: Makron Books, 2002.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Manual de direito comercial: direito de empresa**. 27. ed. São Paulo : Saraiva, 2015.

DEMO, Pedro. **Metodologia científica**. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

DIEHL, Astor Antônio. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor: a metodologia do ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. Rio de Janeiro: Sextante, 2014.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo para visionários: desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação**. Rio de Janeiro : Empreende / LTC, 2014.

GEM - *Global Entrepreneurship Monitor*. **Empreendedorismo no Brasil - Relatório Executivo**. São Paulo: IBPQ, 2015.

HISRIC; Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean. **Empreendedorismo**. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

JULIEN, Pierre-André. **Empreendedorismo regional e economia do conhecimento**. São Paulo: Saraiva, 2010.

LEITE, Emanuel C. **O fenômeno do empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2012.

LENZI, Fernando César. **A nova geração de empreendedores**: guia para elaboração de um plano de negócios. São Paulo: Atlas, 2009.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2006.

MC DANIEL, Carl D.; GATES, Roger. **Fundamentos de pesquisa científica**. 2.ed. Rio de Janeiro : LTC, 2005.

MARIANO, Sandra Regina Holanda; MAYER, Verônica Feder Mayer. **Empreendedorismo**: fundamentos e técnicas para criatividade. Rio de Janeiro : LTC, 2011.

MOREIRA, H. S. A.; MOREIRA, M. A.; CASTRO SILVA, W. A. Dez anos de pesquisa em empreendedorismo apresentados nos Enanpads de 2003 a 2012: análise dos autores engajados na área. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n.1, p. 33-55, 2014.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Empreendedorismo**: vocação, capacitação e atuação direcionadas para o plano de negócios. São Paulo: Saraiva, 2014.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de metodologia científica**. São Paulo: Pioneira, 2002.

PORTAL DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL. **Estatísticas**: acumulado UF/Município por código CNAE, descrição CNAE e Sexo - Inscritos Total. 2015. Disponível em: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatistica/lista-dos-relatorios-estatisticos-do-mei>>. Acesso em 13 abr. 2015.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio do curso de administração**: guia para pesquisas, projetos, estágios e trabalho de conclusão de curso. São Paulo: Atlas, 2009.

SANTOS, Antonio Raimundo dos. **Metodologia científica**: a construção do conhecimento. 4. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

SANTOS, Glauber Eduardo de Oliveira. **Cálculo amostral**: calculadora on-line. 2015. Disponível em: <<http://www.calculoamostral.vai.la>>. Acesso em: 12 jun 2015.

SEBRAE-SC. **Santa Catarina em Números**: Içara/Sebrae/SC. Florianópolis: Sebrae/SC, 2013.

SILVA, Antonio dos Santos; MARTINS, Henrique Cordeiro; CARVALHO NETO, Antonio Carvalho. A gestão de organizações sociais sob a ótica do empreendedorismo schumpeteriano. **Teoria e Prática em Administração**, v.4, n.1, 2014.

SILVA, Tayso *et al.* Metodologia em voga no campo de empreendedorismo: emprego de métodos quantitativos para o estudo das características inerentes aos empreendedores. **Revista Ibero-Americana de Estratégia - RIAE**, São Paulo, v. 12, n. 4, p. 181-208, out./dez. 2013.

SIQUEIRA, W. R. *et al.* Atitude empreendedora de proprietários e funcionários intraempreendedores: um estudo comparativo entre visionários e visionistas. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n.1, p. 84-104, 2014.

VALE, G. M. V.; CORRÊA, V. S.; REIS, R. F. dos. Motivações para o empreendedorismo: necessidade vrsus oportunidade. **RAC**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 3, art. 4, pp. 311-327, Maio/Jun. 2014.

APÊNDICE

APÊNDICE A - ROTEIRO PARA A COLETA DOS DADOS**Içara..... dede 2015**

Prezado(a) Sr(a):

Meu nome é Renata Batista Amorim, acadêmica do curso de Ciências Econômicas da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC, solicito a sua participação nesta pesquisa, que se trata de um estudo acadêmico cujos resultados irão compor uma Monografia, para a conclusão do curso. O objetivo é **investigar as características dos microempreendedores individuais do Extremo Sul Catarinense com sede no município de Içara/SC.**

Por ser uma pesquisa quantitativa, seus dados irão ser agrupados com os de outros MEIs de Içara, sem que seja permitida a sua identificação.

Certos de sua colaboração, desde já, agradeço.

1 - Sexo

- Feminino
 Masculino

2 – Idade

- De 18 a 25 anos
 De 26 a 35 anos
 De 36 a 46 anos
 De 46 a 56 anos
 De 56 a 66 anos
 Mais de 66 anos

3 - Escolaridade

- Ensino Fundamental
 Ensino Médio () Ensino Médio completo
 Ensino Superior
 Pós-Graduação

4 - Setor de atividade

- Indústria - Sub setor: _____
 Comércio - () Varejista () Atacadista
 Prestação de serviços

5 – Número funcionários: _____**6 - Ano da formalização como MEI** _____**10 – Faturamento anual (de acordo com a lei da MEI):**

7 Qual era a sua principal ocupação antes de se registrar como Microempendedor Individual?

- estava desempregado
 estava empregado
 já tinha o meu negócio atual, mas não era formalizado. Nesse caso, qual o tempo de permanência na informalidade: _____

8 – Antes do empreendimento atual, você empreendeu em outras áreas?

- Não
 Sim. Neste caso, em quantos negócios? _____

9 – Desenvolve atualmente função profissional ou de complementação de renda paralelamente à atividade como MEI?

- Não
 Sim, qual? _____

10- Qual a principal vantagem que o levou a formalizar-se como MEI?

- Direitos previdenciários/benefícios sociais
 Acesso ao sistema financeiro (crédito, conta bancária, maquineta de cartão)
 Comprovação de renda
 Possibilidade de emissão de Nota Fiscal
 Aumento das vendas
 Outros Quais? _____

11 - Você realizou investimentos após formalização do negócio após a formalização?

- Não
 Sim, neste caso, qual(is)?

ANEXO

ANEXO 1: TOTAL DE EMPRESAS OPTANTES NO SIMEI, DA UNIDADE FEDERATIVA SC, MUNICÍPIO ICARA, POR CÓDIGO CNAE, DESCRIÇÃO CNAE E SEXO

Total Geral	1.246	636	610
1033302 Fabricação de sucos de frutas, hortaliças e legumes, exceto concentrados	1	1	0
1096100 Fabricação de alimentos e pratos prontos	3	0	3
1220499 Fabricação de outros produtos do fumo, exceto cigarros, cigarrilhas e charutos	1	0	1
1340501 Estamparia e texturização em fios, tecidos, artefatos têxteis e peças do vestuário	2	0	2
1340599 Outros serviços de acabamento em fios, tecidos, artefatos têxteis e peças do vestuário	4	2	2
1351100 Fabricação de artefatos têxteis para uso doméstico	1	0	1
1352900 Fabricação de artefatos de tapeçaria	1	1	0
1411801 Confecção de roupas íntimas	9	0	9
1411802 Facção de roupas íntimas	5	0	5
1412601 Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas e as confeccionadas sob medida	23	2	21
1412602 Confecção, sob medida, de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	30	2	28
1412603 Facção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	29	7	22
1413403 Facção de roupas profissionais	2	1	1
1422300 Fabricação de artigos do vestuário, produzidos em malharias e tricotagens, exceto meias	1	0	1
1539400 Fabricação de calçados de materiais não especificados anteriormente	1	0	1
1622699 Fabricação de outros artigos de carpintaria para construção	1	1	0
1629301 Fabricação de artefatos diversos de madeira, exceto móveis	3	2	1
1731100 Fabricação de embalagens de papel	1	0	1
1749400 Fabricação de produtos de pastas celulósicas, papel, cartolina, papel-cartão e papelão ondulado não especificados anteriormente	1	0	1
1813001 Impressão de material para uso publicitário	2	1	1
1813099 Impressão de material para outros usos	3	2	1
2061400 Fabricação de sabões e detergentes sintéticos	1	1	0
2229399 Fabricação de artefatos de material plástico para outros usos não especificados anteriormente	2	0	2
2330399 Fabricação de outros artefatos e produtos de concreto, cimento, fibrocimento, gesso e materiais semelhantes	1	1	0
2342702 Fabricação de artefatos de cerâmica e barro cozido para uso na construção, exceto azulejos e pisos	1	1	0
2391503 Aparelhamento de placas e execução de trabalhos em mármore, granito, ardósia e outras pedras	1	1	0
2512800 Fabricação de esquadrias de metal	1	0	1
2542000 Fabricação de artigos de serralheria, exceto esquadrias	8	8	0
2543800 Fabricação de ferramentas	1	1	0
3101200 Fabricação de móveis com predominância de madeira	7	4	3
3104700 Fabricação de colchões	1	0	1
3212400 Fabricação de bijuterias e artefatos semelhantes	1	0	1

3240099	Fabricação de outros brinquedos e jogos recreativos não especificados anteriormente	1	1	0
3299002	Fabricação de canetas, lápis e outros artigos para escritório	1	1	0
3299003	Fabricação de letras, letreiros e placas de qualquer material, exceto luminosos	1	0	1
3299004	Fabricação de painéis e letreiros luminosos	3	1	2
3299099	Fabricação de produtos diversos não especificados anteriormente	12	1	11
3311200	Manutenção e reparação de tanques, reservatórios metálicos e caldeiras, exceto para veículos	2	2	0
3313901	Manutenção e reparação de geradores, transformadores e motores elétricos	1	1	0
3313999	Manutenção e reparação de máquinas, aparelhos e materiais elétricos não especificados anteriormente	1	1	0
3314707	Manutenção e reparação de máquinas e aparelhos de refrigeração e ventilação para uso industrial e comercial	2	1	1
3314709	Manutenção e reparação de máquinas de escrever, calcular e de outros equipamentos não-eletrônicos para escritório	1	0	1
3314711	Manutenção e reparação de máquinas e equipamentos para agricultura e pecuária	3	3	0
3314720	Manutenção e reparação de máquinas e equipamentos para a indústria têxtil, do vestuário, do couro e calçados	1	1	0
3329501	Serviços de montagem de móveis de qualquer material	6	5	1
3811400	Coleta de resíduos não-perigosos	2	0	2
3831901	Recuperação de sucatas de alumínio	1	1	0
3832700	Recuperação de materiais plásticos	1	1	0
4321500	Instalação e manutenção elétrica	27	26	1
4322301	Instalações hidráulicas, sanitárias e de gás	1	1	0
4322302	Instalação e manutenção de sistemas centrais de ar condicionado, de ventilação e refrigeração	10	7	3
4329101	Instalação de painéis publicitários	1	1	0
4329105	Tratamentos térmicos, acústicos ou de vibração	2	2	0
4330402	Instalação de portas, janelas, tetos, divisórias e armários embutidos de qualquer material	1	1	0
4330403	Obras de acabamento em gesso e estuque	3	3	0
4330404	Serviços de pintura de edifícios em geral	31	30	1
4330405	Aplicação de revestimentos e de resinas em interiores e exteriores	5	5	0
4330499	Outras obras de acabamento da construção	2	2	0
4399103	Obras de alvenaria	69	69	0
4399199	Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	1	1	0
4520001	Serviços de manutenção e reparação mecânica de veículos automotores	10	7	3
4520002	Serviços de lanternagem ou funilaria e pintura de veículos automotores	12	9	3
4520003	Serviços de manutenção e reparação elétrica de veículos automotores	4	3	1
4520005	Serviços de lavagem, lubrificação e polimento de veículos automotores	21	19	2
4520006	Serviços de borracharia para veículos automotores	6	5	1
4520007	Serviços de instalação, manutenção e reparação de acessórios para	4	3	1

	veículos automotores			
4530703	Comércio a varejo de peças e acessórios novos para veículos automotores	15	13	2
4530704	Comércio a varejo de peças e acessórios usados para veículos automotores	1	1	0
4530705	Comércio a varejo de pneumáticos e câmaras-de-ar	2	1	1
4541205	Comércio a varejo de peças e acessórios para motocicletas e motonetas	3	3	0
4543900	Manutenção e reparação de motocicletas e motonetas	1	1	0
4712100	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	15	3	12
4713002	Lojas de variedades, exceto lojas de departamentos ou magazines	3	2	1
4721102	Padaria e confeitaria com predominância de revenda	5	3	2
4721104	Comércio varejista de doces, balas, bombons e semelhantes	1	0	1
4722902	Peixaria	1	1	0
4723700	Comércio varejista de bebidas	9	2	7
4724500	Comércio varejista de hortifrutigranjeiros	6	3	3
4729699	Comércio varejista de produtos alimentícios em geral ou especializado em produtos alimentícios não especificados anteriormente	8	7	1
4741500	Comércio varejista de tintas e materiais para pintura	2	2	0
4742300	Comércio varejista de material elétrico	2	1	1
4743100	Comércio varejista de vidros	1	1	0
4744001	Comércio varejista de ferragens e ferramentas	6	2	4
4744002	Comércio varejista de madeira e artefatos	2	1	1
4744099	Comércio varejista de materiais de construção em geral	13	5	8
4752100	Comércio varejista especializado de equipamentos de telefonia e comunicação	1	0	1
4753900	Comércio varejista especializado de eletrodomésticos e equipamentos de áudio e vídeo	9	6	3
4754701	Comércio varejista de móveis	2	2	0
4754702	Comércio varejista de artigos de colchoaria	5	1	4
4755502	Comercio varejista de artigos de armarinho	4	0	4
4755503	Comercio varejista de artigos de cama, mesa e banho	2	0	2
4759801	Comércio varejista de artigos de tapeçaria, cortinas e persianas	4	2	2
4759899	Comércio varejista de outros artigos de uso doméstico não especificados anteriormente	2	2	0
4761002	Comércio varejista de jornais e revistas	1	1	0
4762800	Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas	4	4	0
4763601	Comércio varejista de brinquedos e artigos recreativos	3	0	3
4763602	Comércio varejista de artigos esportivos	1	1	0
4763603	Comércio varejista de bicicletas e triciclos; peças e acessórios	1	1	0
4763604	Comércio varejista de artigos de caça, pesca e camping	2	2	0
4771701	Comércio varejista de produtos farmacêuticos, sem manipulação de fórmulas	1	0	1
4772500	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	26	11	15
4773300	Comércio varejista de artigos médicos e ortopédicos	2	2	0
4781400	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	166	23	143
4783101	Comércio varejista de artigos de joalheria	4	0	4

4784900	Comércio varejista de gás liquefeito de petróleo (GLP)	12	8	4
4785799	Comércio varejista de outros artigos usados	2	1	1
4789001	Comércio varejista de suvenires, bijuterias e artesanatos	8	1	7
4789002	Comércio varejista de plantas e flores naturais	3	1	2
4789003	Comércio varejista de objetos de arte	1	1	0
4789004	Comércio varejista de animais vivos e de artigos e alimentos para animais de estimação	4	2	2
4789005	Comércio varejista de produtos saneantes domissanitários	4	2	2
4789007	Comércio varejista de equipamentos para escritório	2	2	0
4789099	Comércio varejista de outros produtos não especificados anteriormente	13	5	8
4923001	Serviço de táxi	1	1	0
4924800	Transporte escolar	8	6	2
4929901	Transporte rodoviário coletivo de passageiros, sob regime de fretamento, municipal	1	0	1
4930201	Transporte rodoviário de carga, exceto produtos perigosos e mudanças, municipal	11	9	2
4930202	Transporte rodoviário de carga, exceto produtos perigosos e mudanças, intermunicipal, interestadual e internacional	8	8	0
4930204	Transporte rodoviário de mudanças	5	5	0
5212500	Carga e descarga	2	1	1
5223100	Estacionamento de veículos	4	2	2
5229002	Serviços de reboque de veículos	1	0	1
5320201	Serviços de malote não realizados pelo Correio Nacional	1	1	0
5320202	Serviços de entrega rápida	2	2	0
5611201	Restaurantes e similares	6	3	3
5611202	Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas	64	35	29
5611203	Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares	42	22	20
5612100	Serviços ambulantes de alimentação	23	14	9
5620101	Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para empresas	1	1	0
5620102	Serviços de alimentação para eventos e recepções - bufê	1	0	1
5620103	Cantinas - serviços de alimentação privativos	2	1	1
5620104	Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar	14	3	11
5813100	Edição de revistas	1	1	0
5819100	Edição de cadastros, listas e outros produtos gráficos	3	2	1
6920601	Atividades de contabilidade	2	2	0
7319002	Promoção de vendas	16	10	6
7319003	Marketing direto	8	2	6
7319099	Outras atividades de publicidade não especificadas anteriormente	1	1	0
7420001	Atividades de produção de fotografias, exceto aérea e submarina	7	3	4
7420004	Filmagem de festas e eventos	3	3	0
7721700	Aluguel de equipamentos recreativos e esportivos	1	1	0
7722500	Aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares	4	2	2
7723300	Aluguel de objetos do vestuário, jóias e acessórios	2	1	1
7729201	Aluguel de aparelhos de jogos eletrônicos	2	2	0
7729202	Aluguel de móveis, utensílios e aparelhos de uso doméstico e pessoal; instrumentos musicais	3	2	1
7732201	Aluguel de máquinas e equipamentos para construção sem	2	2	0

	operador, exceto andaimes			
7739003	Aluguel de palcos, coberturas e outras estruturas de uso temporário, exceto andaimes	1	1	0
7911200	Agências de viagens	2	2	0
8122200	Imunização e controle de pragas urbanas	1	1	0
8129000	Atividades de limpeza não especificadas anteriormente	2	2	0
8130300	Atividades paisagísticas	8	5	3
8219999	Preparação de documentos e serviços especializados de apoio administrativo não especificados anteriormente	2	2	0
8230001	Serviços de organização de feiras, congressos, exposições e festas	12	7	5
8230002	Casas de festas e eventos	5	3	2
8291100	Atividades de cobrança e informações cadastrais	2	2	0
8299707	Salas de acesso à internet	6	3	3
8592903	Ensino de música	3	3	0
8592999	Ensino de arte e cultura não especificado anteriormente	4	2	2
8599604	Treinamento em desenvolvimento profissional e gerencial	3	3	0
8599699	Outras atividades de ensino não especificadas anteriormente	3	1	2
9001902	Produção musical	6	6	0
9001906	Atividades de sonorização e de iluminação	2	2	0
9313100	Atividades de condicionamento físico	1	1	0
9329804	Exploração de jogos eletrônicos recreativos	1	0	1
9329899	Outras atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente	2	1	1
9511800	Reparação e manutenção de computadores e de equipamentos periféricos	14	14	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
9529102	Chaveiros	2	1	1
9529104	Reparação de bicicletas, triciclos e outros veículos não-motorizados	2	2	0
9529105	Reparação de artigos do mobiliário	8	7	1
9529199	Reparação e manutenção de outros objetos e equipamentos pessoais e domésticos não especificados anteriormente	3	2	1
9601701	Lavanderias	1	0	1
9602501	Cabeleireiros	82	19	63
9602502	Outras atividades de tratamento de beleza	26	3	23
9609299	Outras atividades de serviços pessoais não especificadas anteriormente	4	4	0

Fonte: Portal do Microempreendedor Individual (2015)
 Dados extraídos em: 13/04/2015 12:00