

MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL: ALTERNATIVA PARA EMPREGO E RENDA

MICROENTERPRISE INDIVIDUAL: ALTERNATIVE EMPLOYMENT AND INCOME

Kelly Lima Fonseca Gonçalves¹, Oduvaldo Vendrametto²

Abstract — *In times of economic crisis and reduction of formal jobs, the Brazilian has been noted worldwide in opening their own business. Stimulating entrepreneurship gained momentum as an alternative to promote development. The motivations are in the belief that entrepreneurship fuels innovation, the growth of skills and income. Microenterprises grow and also the people, the market and the possibilities for transformation of society. The bibliographical and exploratory research enabled data on the growth and development of the Individual Micro-entrepreneur in Brazil. The evolution of the business leads to regularization and registration of new companies. Data were extracted from the entrepreneur's portal, published regularly by the Federal Government. It is expected to produce research publications on the efficiency and the benefits that individual entrepreneurship is generating for Brazil, to remove thousands of professional informality, generating expected increase of income and quality of life.*

Index Terms — *employment, informality, microenterprise, income.*

INTRODUÇÃO

Desde a introdução do Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte (Simples), em 1996, o governo brasileiro tem desenhado políticas que visam reduzir os encargos burocráticos e tributários que incidem sobre as micro e pequenas empresas (MPEs). O objetivo geral de tais políticas era incentivar a criação de empresas formais, formalizar os empreendimentos informais já existentes além de incentivar a criação de empregos formais. Microempreendedores são importante fonte de dinamismo para a economia, dado seu potencial de inovação e de expansão dos negócios (MALONEY, 2004).

Entretanto, a tendência de queda na participação dos microempreendedores observada no Brasil entre 2003 e 2008 constituiu-se motivo de preocupação para a sociedade (CORSEUIL, NERI E ULYSSEA, 2014). Assim, em 2009, o governo federal introduziu uma nova política direcionada

exclusivamente aos microempreendedores com até um empregado – daqui em diante denominado Microempendedor Individual (MEI). A nova política, de cobertura nacional, facilitou e reduziu de forma substancial os custos de formalização para este grupo de empreendedores.

A Lei Complementar (LC) nº 128/2008, conhecida como Lei do Empreendedor Individual, constituiu o marco institucional básico para os MEIs, diferenciando-os dos demais empreendedores e criando incentivos específicos para a formalização de seus negócios e a realização de contribuição previdenciária. A lei entrou em vigor em julho de 2009. Para ser enquadrado na lei, o empreendedor deve ter uma receita bruta de até R\$ 60 mil anuais e possuir no máximo um empregado que receba até um salário mínimo.

Devido a mesma lei, os MEIs passaram a ter acesso sem custos monetários ou burocráticos ao CNPJ, e a estar automaticamente enquadrados no Simples Nacional e isentos dos tributos federais – Imposto de Renda (IR), Programa de Integração Social (PIS), Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins), Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) e Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL). Quanto à contribuição previdenciária própria, o MEI passou a contribuir com uma alíquota fixa de apenas 5% sobre o salário mínimo. Dessa forma, a política do MEI reduziu os custos tanto de tornar o negócio formal, mediante a obtenção de CNPJ, quanto de contribuir para a previdência. Essa política de incentivo induziu os microempreendedores a se formalizarem em ambas as dimensões e criou um vínculo para este grupo de empreendedores.

Este artigo tem o objetivo, a partir de dados empíricos, de destacar a relevância do Microempendedorismo Individual para atenuar a constante e crescente falta de emprego. Embora o MEI não seja a solução única para o problema é inegável a contribuição que traz para atenuar seus efeitos.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Em tempos de crise econômica e redução de empregos formais, os brasileiros tem se destacado mundialmente em

¹ Kelly Lima Fonseca Gonçalves, Economista, Mestranda em Engenharia de Produção da Universidade Paulista – UNIP. kelly.goncalves@stricto.unip.br

² Oduvaldo Vendrametto, Coordenador e Professor do Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Paulista – UNIP. oduvaldo@stricto.unip.br

abrir seu próprio negócio. O estímulo ao empreendedorismo ganhou força como alternativa para a promoção do desenvolvimento. As motivações estão na crença de que o empreendedorismo alimenta a inovação, o crescimento de competências e renda. As microempresas crescem e também as pessoas, o mercado e as possibilidades de transformação da sociedade. Um Brasil com mais e melhores empreendedores, conscientes do seu papel na sociedade tem grande chance de ser um país melhor para todos os que vivem aqui. Muito desse desenvolvimento e crescimento do empreendedorismo brasileiro deve-se ao MEI. A evolução do negócio leva a regularização e registro de novas empresas.

A Tabela I indica o crescimento superior a cem vezes do MEI, a partir dos estímulos propiciados pela lei de inclusão, em cinco anos.

TABELA I
CRESCIMENTO DE MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS

Ano	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Norte	3	56.877	109.502	168.394	221.327	268.847
Nordeste	1.297	179.329	361.190	557.347	746.354	931.459
Sul	8.750	106.360	226.829	377.155	529.881	682.316
Sudeste	31.445	354.524	805.123	1.317.626	1.827.041	2.349.639
Centro-Oeste	2.693	74.625	154.309	245.083	335.178	420.819
Total	44.188	771.715	1.656.953	2.665.605	3.659.781	4.653.080

Fonte: Portal do Empreendedor / Adaptado pelos autores

Segundo a Pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2014), maior estudo sobre empreendedorismo do mundo, o Brasil lidera atualmente o ranking mundial de empreendedorismo. Entre a população adulta na faixa de 18 e 64 anos, três em cada dez possuem uma empresa ou estão envolvidos com a criação de um negócio próprio. Na Tabela II observa-se a distribuição de MEI's por faixa etária.

TABELA II
DISTRIBUIÇÃO DE MEI POR FAIXA ETÁRIA

Faixa Etária	MEI
16-17	1.328
18-20	84.113
21-30	1.303.516
31-40	1.758.380
41-50	1.265.301
51-60	728.594
61-70	191.188
Acima de 70	33.506
Total	5.365.926

Fonte: Portal do Empreendedor / Adaptado pelos autores

O empreendedorismo brasileiro total, incluindo os MEI's, saltou de 23% para 34,5% em apenas dez anos; em

que a metade corresponde a empreendedores novos (com menos de três anos e meio de atividade) e a outra metade aos donos de negócios estabelecidos (com mais de três anos de meio de atividade). Quando comparado a países que compõem o Brics, o Brasil é a nação com a maior taxa de empreendedorismo, ficando quase oito pontos percentuais à frente da China, com uma taxa de 26,7%. A Índia tem uma taxa de empreendedorismo de 10,2%, a África do Sul de 9,6% e a Rússia de 8,6%. O Brasil supera até mesmo os países mais desenvolvidos no mundo como Estados Unidos (20%), Reino Unido (17%), Japão (10,5%), Itália (8,6%) e França (8,1%).

Para quem busca uma oportunidade de negócio ou trabalha na informalidade, legalizar-se como pequeno empresário possibilita resgatar a cidadania, gerando emprego e renda. Desde a criação em 2009, o MEI já inscreveu mais de cinco milhões de empreendedores em diversos tipos de negócios, número que cresce significativamente mês a mês. Segundo dados do site Empresômetro, alimentado diariamente pelo Governo Federal, o Brasil possui 16.498.655 empresas ativas, sendo que desse total 93,2% são Médias e Pequenas Empresas – MPEs e desse total de MPE's 38% são MEI.

TABELA III
DISTRIBUIÇÃO DE MPE POR REGIME DE TRIBUTAÇÃO

Regime de Tributação	Quantidade	%
Regime Normal	4.294.249	29%
Simples Nacional	4.756.486	33%
SIMEI	5.513.280	38%
Total	14.564.015	100%

Fonte: Empresômetro/Adaptado pelos autores

As profundas mudanças na forma de organizar e realizar o trabalho em que as máquinas e equipamentos assumem cada vez mais competências próprias do ser humano, o emprego formal não cresce na proporção necessária ao volume de produção.

Por outro lado, observa-se como consequência da TIC – Tecnologia de Informação e Comunicação, a disponibilização de tantas oportunidades a custo zero de acesso a bens comuns colaborativos. A internet das coisas possibilita o aprendizado de língua estrangeira, conhecimentos diversos de administração, economia, gestão de negócios dentre outros que servem de estímulo e encorajamento para pessoas enfrentarem o desafio de empreender. Rifikin (2015), sobre o tema, escreve que o MOOCs – Cursos Online Abertos e Massivos e outras formas compartilhadas e colaborativas, especialmente nos dois últimos dois anos, estão permitindo a milhões de estudantes obterem formação superior praticamente a custo zero. Essa forma de aprendizado é por si só um enorme exercício para despertar o espírito empreendedor. O participante dessa revolução tem exigências de autodisciplina, prazos, controles e desafios de criatividade

indutores para a autodeterminação própria vida dos negócios e da sociedade. A pujança desse movimento deve melhorar, não só a quantidade de interessados, mas também a qualidade de propostas de empreendimentos individuais, tipo MEI.

O sucesso do capitalismo de mercado levou-o ao esgotamento. Sem capacidade de prover com empregos pessoas com remuneração para propiciar o consumo proporcional ao crescente aumento da produção e exigências de qualificação para o exercício de trabalhos cada vez mais sofisticados criou um enorme *trade off*.

Os produtos têm seus preços majorados pelos custos dos recursos materiais e humanos. Em contraposição o número de desempregados aumenta e não tem condições de consumo. Esse fenômeno de caráter mundial está promovendo, sem armas, uma mudança para o capitalismo compartilhado e colaborativo. Esses são alguns sinais que devem fazer crescer as atividades individuais ou de microempresas visando remuneração e conforto, reduzindo intermediários e custos de transações, tornando-se meio de vida de parte significativa da população.

Portanto, o crescimento do Microempreendedor Individual é uma alternativa a ser explorada em tempos de crise econômica como fator de geração de renda e autoestima do trabalhador. Trata-se de uma tendência auspiciosa para a melhoria da qualidade de vida da sociedade brasileira como um todo.

EMPREENDEDORISMO

Empreendedorismo pode ser conceituado como indivíduos ou grupos de indivíduos procurando e explorando oportunidades econômicas (MCKENZIE et al., 2007). O assunto é tão importante para nosso país que órgãos públicos federais e estaduais estão bastante empenhados em criar estratégias e planejamentos para continuar alavancando essas habilidades nos brasileiros (PESSOA, NASCIMENTO, SOARES NETO, 2008). Tavares e Lima (2004) constataram que a pesquisa acadêmica sobre empreendedorismo está ligada à grande importância que a pequena empresa exerce no quadro econômico do mundo atual.

A alta taxa de empreendedorismo brasileiro demonstra que além de mais empreendedores permanecerem no mundo dos negócios, mais pessoas veem no empreendedorismo uma oportunidade de vida e vêm trabalhando para conquistar o sonho de ter o negócio próprio. A pesquisa GEM (2014) revela ainda que a cada 100 brasileiros que começam um negócio próprio no Brasil, 71 são motivados por uma oportunidade de negócios e não pela necessidade. O índice vem se mantendo estável nos últimos anos e está ligado diretamente a qualidade do empreendedorismo brasileiro. Os empresários atuais abrem uma empresa porque vê uma oportunidade e investe naquela ideia. Ter uma empresa porque não se tem uma ocupação não é mais o principal fator impulsionador do empreendedorismo brasileiro.

Há que se destacar ainda uma característica importante no crescimento do empreendedorismo brasileiro: a

participação feminina. As facilidades criadas a partir do advento do MEI e integração da mulher no mundo do trabalho fora de casa, como forma de melhoria de renda familiar, fica evidente na Tabela IV.

TABELA IV

DISTRIBUIÇÃO DE MEI POR GÊNERO		
Total	Masculino	Feminino
5.317.829	2.788.796	2.529.033

Fonte: Portal do Empreendedor

Assim, pode-se admitir que o empreendedor é o indivíduo que tem a capacidade empreendedora de identificar oportunidades e negócios – negócios, que podem ser conduzidos de maneira formal ou informal (SIQUEIRA et al., 2013).

METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa bibliográfica e exploratória sobre o crescimento e o desenvolvimento do Microempreendedor Individual no Brasil. Os dados analisados foram extraídos do portal do empreendedor, publicado regularmente pelo Governo Federal.

A investigação iniciada, mas ainda não concluída, indica que as informações sobre o empreendedorismo se encontram difusas em órgãos públicos ou de serviço público, tais como associações comerciais, sindicatos de classes, associações setoriais, têm entre seus partícipes muitos empreendedores não classificados por essa denominação. Estuda-se com esses órgãos o estabelecimento de um protocolo que permita o acesso aos registros de sócios para consultar aqueles que têm características próprias de empreendedores e entrevistá-los. O histórico de sucesso desses empreendedores disseminados, genericamente em entidades, de forma compulsória ou por opção, possibilitará estabelecer o perfil dos empreendedores locais e regionais, estimar quantos são e em quais áreas de atividade atuam. Estas informações vão alimentar o futuro projeto de orientação e estímulo àqueles que desejarem enveredar pelo empreendimento individual.

Um melhor conhecimento sobre a atuação desses empreendedores faz parte do escopo e dos objetivos de pesquisa ao propor o empreendedorismo como alternativa ao desemprego e obtenção de renda.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Num contexto em que dificuldades de naturezas diversas se fazem presentes, o empreendedor depara-se com situações que, por vezes, demandam certas habilidades – de relacionamento, de persuasão e mesmo técnicas – subjacentes ao cenário idiossincrático observado para se empreender.

Shumpeter (1982) considera o empreendedor um inovador e promove mudanças alavancando o crescimento e o desenvolvimento econômico. Drucker (1986) considera a

inovação a principal característica dos empreendedores, visualizando oportunidades e promovendo mudanças.

Historicamente, muitos autores abordam as características comportamentais do empreendedor, mas cada autor visualiza características diferentes. Nascimento Júnior, Dantas e Santos (2005) argumentam que as diferenças culturais e de mercado, de uma região para outra, devem ser consideradas para abordar um conceito comum, pois tais diferenças podem levar o empreendedor a uma postura peculiar na sua atuação, na qual ele deve adaptar-se as características regionais do mercado e da sociedade. Para Filion (1999b) o empreendedor é aquele que possui criatividade, possui capacidade de estabelecer objetivos e os persegue, mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios; um empreendedor continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios, toma decisões moderadamente arriscadas, objetiva a inovação e continua a desempenhar um papel empreendedor; é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões.

Sohn, Lenzi e Kiesel (2004) afirmam que é possível observar que Schumpeter e Drucker acreditam que o empreendedor não é aquela pessoa que apenas “faz as coisas acontecerem”, mas sim que faz as coisas novas acontecerem, pois tem em sua essência a busca pela inovação. A visão empreendedora, segundo Filion (1991,1993) é essencial para explicar o perfil.

Para o Brasil, é importante atrair continuamente novos investimentos produtivos nacionais e estrangeiros, que possam agregar inovação e tecnologia e fortalecer as cadeias produtivas locais. Estamos vivendo um momento que talvez seja considerado o marco histórico do empreendedorismo. O empreendedorismo virou um assunto muito frequente, discute-se muito o quanto ele pode mudar o mundo e a vida das pessoas, desenvolvendo alternativas para se manterem ativamente econômicas (Sérgio e Sachuk, 2000).

O cenário econômico brasileiro atual tem deteriorado rapidamente o emprego. Segundo dados da consultoria GO Associados (2015) em dezembro de 2014 a taxa de desemprego era de 4,3%; em agosto, o índice já estava em 7,6% e, se as projeções se confirmarem, em dezembro de 2015 chegará a 10,5%. A queda rápida do emprego formal pode ser um ótimo ponto de partida para começar o próprio negócio e tirar da gaveta o tão sonhado plano de ter uma empresa. São em momentos de adversidades que surgem novas e impactantes ideias.

O MEI propicia que pequenas ideias sejam implantadas com custos baixos, diferente como acontece na abertura de uma microempresa.

SUGESTÕES PARA TRABALHOS FUTUROS

Os números de empreendedorismo no Brasil crescem e segundo o GEM (2014) trata-se de empreendedorismo por oportunidade. Mas o microempreendedor individual também está crescendo por oportunidade ou será que por necessidade,

devido à escassez de emprego formal? Qual o nível de escolaridade e conhecimento em gestão de negócios desses microempreendedores?

Outra indagação é se o número crescente de microempreendedores individuais dá-se por novos entrantes ou apenas a formalização dos empreendedores que atuavam na informalidade. Corseuil, Neri e Ulyssea (2014) após análises empíricas, concluíram que o programa, por um lado, parece contribuir para a formalização de autônomos e pequenos empresários; por outro, pode estar sendo usado em algumas empresas para substituir contratos trabalhistas por relações de prestação de serviços.

Há o interesse específico de aprofundar a pesquisa no estado do Piauí. Por não ser um Estado em que preponderam indústrias de grande porte, padece de carências permanentes de empregos estáveis. Oferece, por outro lado, inúmeras oportunidades no setor de serviços de saúde, comércio, alimentos e mesmo de manufatura para pequenos negócios.

No setor de moda prospera uma significativa rede composta de inúmeros atores que começa no design, avança para a produção e comercialização. Essa rede crescente na capital e em cidades do interior, pela sua natureza é fortemente dependente de empreendedores, especialmente, mulheres.

Devido às suas características de projeto, produção, marketing, distribuição e comercialização, exige profunda divisão de trabalho, com conteúdo diferenciado, estimulando o aparecimento de empreendedores. Quem desenha a roupa, não corta o tecido; quem corta não costura. Quem costura não expõe, e assim por diante. A criação de polos ou clusters de produtos ligados à moda poderá gerar um centro de oportunidades de empregos com a participação de inúmeros agentes que constituem a rede, de fornecedores a distribuidores organizados ou mesmo sacoleiras, conforme se observa em inúmeros lugares do Brasil. A “Rua 25 de março” na cidade de São Paulo é um exemplo de distribuição de diversos produtos para o qual recorrem compradores para revenda, muitos individuais, de todo o Brasil.

Contribuir para expansão dessa atividade no Piauí, gerando emprego e renda é o projeto de continuidade deste estudo.

REFERÊNCIAS

- [1] CORSEUIL, C. H. L.; NERI, M. C.; ULYSSEA, G. L. Uma Análise Exploratória dos Efeitos da política de Formalização dos Microempreendedores Individuais, IPEA-Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2014.
- [2] DRUCKER, P. F. Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 1986.
- [3] FILION, L. J. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 31, n. 3, p. 63-71, jul./set. 1991.
- [4] _____. Visão e relações: elementos para um meta modelo empreendedor. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 33, n. 6, p. 50-61, nov./dez. 1993.

- [5] _____. Empreendedorismo: empreendedores e gerentes empresários de pequenos negócios. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, abr./jun. 1999a.
- [6] _____. Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 39, n. 4, out. /dez. 1999b.
- [7] FONTENELLE, C.; HOELTGEBAUM, M.; SILVEIRA, A. A influência do perfil empreendedor dos franqueados no desempenho organizacional. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 30, 2006, Salvador. Anais... Salvador: Anpad, 20.
- [8] GEM 2014. Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil - Relatório Executivo – IBQP, SEBRAE, FGV. Disponível em <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014_relato%C3%B3rio%20executivo.pdf>. Acesso em 10/09/2015.
- [9] GO Associados. Disponível em <<http://www.goassociados.com.br/noticias>>. Acesso em 25/10/2015
- [10] INSTITUTO BRASILEIRO DE PLANEJAMENTO E TRIBUTAÇÃO. Empresômetro. Disponível em <<http://empresometro.cnc.org.br/estatisticas>>. Acesso em 22/10/2015.
- [11] MALONEY, W. Informality revisited. World development, v. 32, p. 1.159-1.178, 2004.
- [12] MCKENZIE, B., UGBAH, S. D.; SMOTHERS, N. "Who is an entrepreneur?" is it still the wrong question? Academy of Entrepreneurship Journal, V.13, N.1, 2007, p. 23-43.
- [13] NASCIMENTO JÚNIOR, O. R.; DANTAS, A. B.; SANTOS, P. C. F. dos. Prospecção do potencial empreendedor: validação de uma proposta metodológica. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 29, 2005, Brasília. Anais... Brasília: Anpad, 2005.
- [14] PESSOA, R. W. A.; NASCIMENTO, L. F.; SOARES NETO, E. Perfil dos empreendedores formais de Aracati/CE. Revista Alcance – Eletrônica, V. 15, N. 2, UNIVALI, 2008, p. 209-225.
- [15] PORTAL DO MICROEMPREENDEDOR. Disponível em <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatistica>>. Acesso em 03/10/2015.
- [16] SCHUMPETER, J. A. Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e ciclo econômico. Tradução de Maria Silvia Possas. São Paulo: Abril Cultural, 1982.
- [17] SERGIO, A. SACHUK, M. I. Análise das características empreendedoras dos empresários beneficiados com crédito disponibilizado pelo programa Brasil Empreendedor. Anais do I EGEPE, outubro de 2000.
- [18] SIQUEIRA, J.P.L de; ROCHA, J.S.L. da; TELLES, Renato. Microempreendedorismo: Formalidade ou Informalidade?. XVI SEMEAD-Seminários em Administração, São Paulo, 2013.
- [19] SOHN, A. P. L.; LENZI, F. C.; KIESEL, M. D. A presença do espírito empreendedor no processo de formulação de estratégia de internacionalização da Datasul. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 28., 2004, Curitiba: Anpad, 2004.
- [20] RIFIKIN, J. Sociedade com custo marginal zero. São Paulo: 2015, M. Books do Brasil Editora Ltda.