



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE - UFCG
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

EUSTAKIO DE SÁ PEREIRA

**EMPREENDEDORISMO E PLANEJAMENTO FINANCEIRO NA GESTÃO DAS
EMPRESAS CADASTRADAS COMO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL:
UM ESTUDO DE CASO NO MUNICÍPIO DE SOUSA-PB**

**SOUSA-PB
SETEMBRO DE 2013**

EUSTAKIO DE SÁ PEREIRA

**EMPREENDEDORISMO E PLANEJAMENTO FINANCEIRO NA GESTÃO DAS
EMPRESAS CADASTRADAS COMO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL:
UM ESTUDO DE CASO NO MUNICÍPIO DE SOUSA-PB**

Monografia apresentada à Universidade Federal de Campina Grande como um dos pré-requisitos para a obtenção do grau de bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof^a. Msc. Janaina Ferreira Marques de Melo

**SOUSA-PB
SETEMBRO DE 2013**

DECLARAÇÃO DE AUTENTICIDADE

Por este termo, eu abaixo assinado, assumo a total responsabilidade de autoria de conteúdo do referido trabalho intitulado **EMPREENDEDORISMO E PLANEJAMENTO FINANCEIRO NA GESTÃO DAS EMPRESAS CADASTRADAS COMO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL: UM ESTUDO DE CASO NO MUNICÍPIO DE SOUSA-PB**, trabalho este que foi pré-requisito de conclusão do curso em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Campina Grande. Portanto, ficam a instituição, o orientador e os demais professores membros da banca examinadora imunes de qualquer ação negligente da minha parte, pela veracidade e originalidade desta obra.

Sousa-PB, Setembro de 2013.

Eustáquio de Sá Pereira

Orientando

**SOUSA-PB
SETEMBRO DE 2013**

EUSTAKIO DE SÁ PEREIRA

**EMPREENDEDORISMO E PLANEJAMENTO FINANCEIRO NA GESTÃO DAS
EMPRESAS CADASTRADAS COMO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL:
UM ESTUDO DE CASO NO MUNICÍPIO DE SOUSA-PB**

Esta monografia foi apresentada como trabalho de conclusão do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Campina Grande, obtendo a nota (média) de _____, atribuída pela banca constituída pelo orientador e membros abaixo mencionados.

Professor Msc. Fabiano Ferreira Batista
Coordenador do Curso de Ciências Contábeis – UFCG

Banca examinadora:

Orientador: Prof^a Msc. Janaina Ferreira Marques de Melo
UFCG

Professor
UFCG

Professor
UFCG

**SOUSA-PB
SETEMBRO DE 2013**

Dedico aos que são e aos que pretendem ser Microempreendedores Individuais. Pessoas que idealizam determinados projetos e mesmo com as dificuldades que lhe são peculiares, buscam oportunidade para o desenvolvimento de uma atividade empreendedora e nela conseguir resultados através do seu trabalho e dedicação. À minha família pelo esforço, compreensão e incentivo na realização de mais um sonho.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, o grande arquiteto do universo, que me deu força espiritual para conseguir realizar o sonho de terminar um dos mais importantes projetos de minha vida e tenho certeza que com a companhia d'Ele esse foi apenas mais um obstáculo vencido e que venha o próximo.

A minha mãe e meu pai Simone e Zeca, pelo afeto, carinho e atenção que sempre me foi dado, vocês são à base da minha formação e em quem me espelho na busca da ética e de um caráter sério e honesto.

A minha amada esposa Graça e meus filhos Jessica, Janine e Eustakio Júnior por ser a razão do meu viver e por acreditarem em mim, pelo amor, carinho e compreensão nos momentos de ausência.

A minha orientadora Professora Mestra Janaina, coordenadora do projeto de extensão CPMAI, projeto este do qual fiz parte e que me despertou para o desenvolvimento do tema do meu trabalho de TCC.

Ao Corpo Docente da Unidade Acadêmica de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Campina Grande Campos Sousa, por não medir esforços para nos permitir uma sólida formação profissional.

Ao colega e sócio Carlos Victor Saraiva (Dadá), pelo companheirismo nas horas certas e incertas, tanto pessoais como acadêmica.

Aos colegas de turma, Ingrid Bandeira, Carolina Soares, Will Baiano, Beto, Cédrigo, Jucemar, Renato, João Marcos, Analiane, Valéria, Fabiana, Marcelo, Marcia Jéssica, Raylson Miranda e outros que dividiram comigo as alegrias e tristezas deste período de curso e com os quais guardo momentos inesquecíveis.

Aos colegas e amigos Daênio e Jamille, parceiros de carona e confidentes nas horas dos desabafos... Obrigado amigos por me ouvirem.

Aos colegas que por algum motivo ou dificuldade ficaram pelo caminho, não podendo com isso junto vivenciarmos essa conquista.

“A vida é como uma tempestade, você tomará sol em um momento, e será jogado contra as pedras no outro. O que faz de você um homem são as suas atitudes quando esta tempestade chega”.

(Alexandre Dumas)

RESUMO

Com o advento da Lei 128/08, que passou a vigorar a partir de 1º de julho de 2009, é grande o número de empreendedores que aderiram à modalidade Microempreendedor Individual (MEI), abrindo precedentes para pesquisas sobre esses novos entrantes na economia do país. Neste trabalho, pretendeu-se verificar o desenvolvimento da gestão empreendedora e planejamento financeiro destes empreendedores. Primeiramente, foi feita uma pesquisa junto ao Portal do Empreendedor (2013), site oficial do Governo Federal para o cadastramento do MEI, onde foi possível detectar que em apenas quatro anos de existência desta modalidade econômica, já existem no Brasil 3.149.554 (três milhões cento e quarenta e nove mil quinhentos e cinquenta e quatro) Microempreendedores Individuais, sendo a atividade econômica de comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios a que possui maior número de adesão com 10,79% do total de MEI cadastrado, esta atividade também é preponderante no Estado da Paraíba com 12,30% dos 43.001 (quarenta e três mil e um) MEI cadastrados até julho de 2013. Não diferente, neste mesmo período, o Município de Sousa também tem esta atividade econômica como a que possui maior número de inscritos com 12,40% dos 613 MEI cadastrados. A pesquisa realizada junto ao Portal do Empreendedor (2013) mostrou as peculiaridades do MEI tanto no Brasil, como no Estado da Paraíba e no Município de Sousa, no que concerne ao número de empreendedores por sexo e por faixa etária, além de sua evolução desde o início de suas atividades. Para a aplicação dos questionários foi selecionado aleatoriamente cerca de 20% dos 76 MEI inscritos na atividade de comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios do Município de Sousa, sendo os mesmos abordados sobre os temas: Gestão da Empresa; Competências Empreendedorais e Planejamento Financeiro, onde de acordo com o público entrevistado foi possível analisar a forma de gestão empreendedora e planejamento financeiro dos integrantes desta modalidade no referido município. A pesquisa mostrou que os empreendedores não tem conhecimento sobre o desenvolvimento de um planejamento financeiro dentro de seus empreendimentos.

Palavras-chaves: Microempreendedor Individual, Gestão da Empresa; Competências Empreendedorais e Planejamento Financeiro.

ABSTRACT

With the enactment of Law 128/08, which took effect in July 1st, 2009, there are a large number of entrepreneurs who joined the modality Individual Microentrepreneurs (MEI), setting precedents for research about these new entrants in the national economy. In this study, we sought to evaluate the development of entrepreneurial management and financial planning of these entrepreneurs. Firstly, a survey was made to the Portal of the Entrepreneur (2013), official website of the Federal Government for the registration of the MEI, where it was possible to detect that in just four years of existence of this economic mode, already exist in Brazil 3,149,554 (three million one hundred and forty-nine thousand five hundred fifty-four) Individual Microentrepreneurs, being the economic activity of retail trade of apparel and accessories the one who has the highest number of membership with 10.79% of the total registered MEI, this activity is also prevalent in the State of Paraíba with 12.30% of the 43,001 (forty-three thousand and one) MEI registered until July 2013. Not different, in this same period, the City of Sousa also has this economic activity as the highest number of subscribers with 12.40% of the 613 registered MEI. The research conducted in the Entrepreneur Portal (2013) showed the peculiarities of the MEI in Brazil as the state of Paraíba and the city of Sousa, concerning the number of entrepreneurs by sex and age, and its evolution since the beginning of its activities. For the questionnaire application was randomly selected about 20% of the 76 registered on MEI in the activity of retail trade of apparel and accessories in the city of Sousa, being the same on the topics addressed: Management Company; Entrepreneurial Competences and Financial Planning, where according to the public respondent was possible to analyze the way of entrepreneurial management and financial planning of the members of this modality in the city. The research showed that entrepreneurs do not have knowledge about the development of a financial planning within their enterprises.

Keywords: Individual Microentrepreneur, Company Management, Entrepreneurial Competences and Financial Planning.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Crescimento do MEI no Brasil.....	46
Gráfico 2. Distribuição do MEI na Paraíba por sexo.....	55
Gráfico 3. Percentual de MEI inscritos na Paraíba por faixa etária.....	56
Gráfico 4. Total de inscritos no MEI em Sousa-PB.....	57
Gráfico 5. Distribuição do MEI em Sousa-PB por sexo.....	58
Gráfico 6. Percentual de MEI em Sousa-PB por idade.....	58
Gráfico 7. Tempo de atuação como empreendedor.....	60
Gráfico 8. Tempo de atuação como MEI.....	60
Gráfico 9. Sempre exerceu a função de empreendedor.....	61
Gráfico 10. Outras funções exercidas anteriormente.....	61
Gráfico 11. Participação em cursos de aprimoramento.....	62
Gráfico 12. Conhecimento do negócio.....	63
Gráfico 13. Principais características do conhecimento de seus negócios.....	63
Gráfico 14. Empreendedores que possuem contadores.....	64
Gráfico 15. Controle de contas a receber.....	65
Gráfico 16. Empreendedores que possuem conta pessoa jurídica.....	66
Gráfico 17. Uso de capital de terceiros.....	66

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Distribuição de empreendedores nas UFs por sexo	47
Tabela 2. Faixa etária dos microempreendedores.....	48
Tabela 3. Os dez códigos CNAEs mais utilizados no País.....	49
Tabela 4. Distribuição do MEI na Paraíba	50
Tabela 5. As 10 atividades mais exercidas do MEI na Paraíba.....	56
Tabela 6. As 10 atividades mais exercidas do MEI em Sousa-PB.....	58

LISTA DE SIGLAS

CC	Código Civil
CFC	Conselho Federal de Contabilidade
CNAE	Código Nacional de Atividades Econômicas
CPMEI	Capacitação Profissional para o Microempreendedor Individual
DARF	Documento de Arrecadação da Receita Federal
DAS	Documento de Arrecadação do Simples Nacional
DASN	Declaração Anual do Simples Nacional
DRE	Demonstração do Resultado do Exercício
FEA/USP	Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo
FGTS	Fundo de Garantia do Tempo de Serviço
GFIP	Guia de Recolhimento do FGTS e de Informações à Previdência Social
MEI	Microempreendedor Individual
PGDAS	Programa Gerador do Documento de Arrecadação do Simples Nacional
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	14
1.1 Delimitação do Tema e Problemática	15
1.2 Objetivos	17
1.2.1. <i>Objetivo Geral</i>	17
1.2.2. <i>Objetivos específicos</i>	17
1.3. Justificativa	18
1.4. Procedimentos Metodológicos.....	21
1.4.1 <i>Classificação da pesquisa</i>	21
1.4.2 <i>Procedimentos e instrumentos de coleta de dados</i>	21
1.4.3 <i>Universo e amostra da pesquisa</i>	22
2. REFERENCIAL TEÓRICO	24
2.1. Contabilidade	24
2.1.1. <i>Evolução da Contabilidade</i>	24
2.2. Contabilidade no Brasil.....	26
2.3. A Importância da Contabilidade no Brasil.....	27
2.4. Planejamento Financeiro.....	28
2.4.1. <i>Planejamento Financeiro de Curto Prazo</i>	30
2.4.2. <i>Planejamento Financeiro de Longo Prazo</i>	32
2.5. Empreendedorismo	33
2.5.1 <i>Gestão Empreendedora</i>	34
2.5.2 <i>Identificando Oportunidades</i>	34
2.5.3 <i>Plano de Negócios</i>	36
2.6. Microempreendedor Individual	39
2.6.1. <i>Das Obrigações e Responsabilidades do MEI</i>	40
2.6.2. <i>Custo e Impostos do MEI</i>	41
2.6.3. <i>Alteração e Baixa da Inscrição:</i>	43
2.6.4. <i>Cobertura Previdenciária do MEI</i>	44
2.6.5. <i>Outras Vantagens do MEI</i>	44
3. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	46
3.1. Evolução do MEI no Brasil	46
3.2. Aspectos do MEI na Paraíba	49

3.3. Aspectos do MEI na cidade de Sousa-PB.....	57
3.4. Análise da Entrevista	59
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	68
REFERÊNCIAS	70
APÊNDICE	72

1. INTRODUÇÃO

Ter um espírito criativo e está constantemente buscando novos caminhos e novas soluções, são características de um bom empreendedor. O ato de empreender está ligado à idealização e a concretização de novas oportunidades que possam surgir a qualquer momento, para isso o empreendedor deve estar sempre preparado para situações inesperadas, momento em que utilizará seus conhecimentos e demonstrará suas habilidades nas resoluções de tais situações. Lezana e Tonelli (1998) acreditam que habilidade é a facilidade para utilizar as capacidades, demonstradas por meio de ações que se iniciam com o conhecimento que o indivíduo possui.

Dentre essas habilidades e conhecimentos necessários para um bom empreendedor, uma boa gestão financeira é fundamental para assegurar o sucesso de uma empresa. Em matéria publicada pelo SEBRAE/SC (2005), o consultor financeiro Ricardo Simões Curado afirmou que "o objetivo de qualquer empresa é ter lucro. E, para que isso aconteça, o empresário tem de dar muita atenção a tudo o que acontece com o caixa da sua empresa." O mesmo também diz que não é complicado para um empresário fazer com que seu empreendimento dê retorno. "Antes de tudo, o empreendedor tem de saber produzir alguma coisa e, também, estudar como esse produto pode lhe trazer dividendos. Na sequência, deve medir custos e estabelecer um preço que seja acessível a seus clientes e que também lhe proporcione um lucro razoável."

Na estratégia financeira de uma empresa, o planejamento é ferramenta de vital importância, uma vez que o caixa determina a sobrevivência da mesma, e é através dele que se saberá se a empresa possui liquidez para sanar seus compromissos ou se necessitará fazer financiamentos. O planejamento financeiro evita surpresas e cria planos alternativos caso ocorram imprevistos. Segundo Gitman (2004) As empresas utilizam-se de planos financeiros para direcionar suas ações com vistas a atingir seus objetivos imediatos e de longo prazo.

O Brasil tem se destacado a nível mundial na prática de ações empreendedoras. A criação do Microempreendedor Individual, modalidade empresarial que tem como principal vantagem a redução de impostos e a legalização destes empresários no setor formal, traz também, entre outras vantagens, a expansão da base de clientes, de negócios e aumento da participação no mercado no atendimento à pessoa jurídica por parte do setor financeiro.

O diretor de Administração e Finanças do Sebrae, Carlos Alberto dos Santos, explica que, "a formalização acompanhada de políticas de fomento e governamentais, com apoio do Sebrae e de outras instituições, possibilita um cliente com demanda mais qualificada e que

representa menor risco do que o empreendedor informal, que opera com os bancos como pessoa física”.

Desde sua criação é crescente o número de Microempreendedores Individuais e essa nova conjuntura vem sendo pauta de muitas discussões. Em meio a estas discussões, está a busca pelo entendimento das práticas de gerenciamento no controle financeiro dos Microempreendedores Individuais, no entanto, buscou-se entender, através desta pesquisa sobre tais ações tomando como base os Microempreendedores cadastrados com o CNAE 4781400 Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios do município de Sousa-PB.

1.1 Delimitação do Tema e Problemática

Este trabalho tem como objetivo estudar através de uma pesquisa bibliográfica e um estudo de caso o desenvolvimento do planejamento financeiro dos Microempreendedores Individuais tomando como base o município de Sousa-PB. A pesquisa focaliza o entendimento sobre a crescente demanda do número de Microempreendedores Individuais desde a criação desta atividade através da Lei Complementar 128/08, que instituiu a figura MEI e o seu enquadramento como Empresário Individual.

De acordo com art. 966, da Lei nº. 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – Código Civil – CC, considera-se empresário:

[...] quem exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços.
Parágrafo único. Não se considera empresário quem exerce profissão intelectual, de natureza científica, literária ou artística, ainda com o concurso de auxiliares ou colaboradores, salvo se o exercício da profissão constituir elemento de empresa.

Os dados de pesquisas feitas com relação ao empreendedorismo no Brasil demonstram a vocação empreendedora dos brasileiros, que só fica atrás da China, em indicadores absolutos. De acordo com Cimadon (2008) “Está no topo da lista dos países mais empreendedores do mundo, é um indicador de que o país possui um ambiente propício à criação de novas empresas, de que está havendo crescimento econômico e aumento na renda regional”.

Porém embora estejamos vivenciando este crescimento demasiado do empreendedorismo podemos observar uma falta de planejamento na formação destes novos empreendimentos e esse desconhecimento de como gerir os negócios pode está levando muitas destas novas

empresas a terem uma vida curta e anteciparem o seu fechamento. O despreparo e o desconhecimento de como gerir um negócio pode ser advindo da forma de como muitos se direcionam para o empreendedorismo, e na maioria dos casos estes novos empreendedores entram no mercado por necessidade e por não terem conhecimento de gestão empresarial acabam saindo do mercado empreendedor.

Cimadon (2008) afirma que

Grande parte das novas empresas é criada por necessidade. Varias situações contribuem para que isso aconteça. Entre as principais, está a de que esses novos empresários criadores dessas novas empresas já não possuem a antiga ocupação e renda e agora precisam extrair, ou complementar, seu sustento de uma outra atividade. Essa necessidade em geral, é causada por um ou mais fatos inesperados como, por exemplo, demissão de emprego, fechamento da empresa ou aposentadoria compulsória.

Em meio a este contexto, buscaremos averiguar a seguinte questão de pesquisa: Quais as práticas de planejamento financeiro utilizadas na gestão das empresas cadastradas como Microempreendedor Individual com o CNAE 4781400 Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios do Município de Sousa-PB.

1.2 Objetivos

1.2.1. *Objetivo Geral*

Verificar as principais práticas empreendedoras e financeiras das empresas cadastradas como Microempreendedor Individual (MEI) com o CNAE 4781400 Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios do Município de Sousa-PB.

1.2.2. *Objetivos específicos*

- Verificar o crescimento dos Microempreendedores Individuais no Brasil e na Paraíba, segundo o Portal do Empreendedor.
- Relatar as principais características dos microempreendedores individuais do Município de Sousa, segundo o Portal do Empreendedor.
- Traçar o perfil do público estudado no que concerne ao tempo de atuação na atividade e uso de outras modalidades de empreendimentos antes do MEI.
- Verificar se há utilização formal e/ou informal de planejamento financeiro dos Microempreendedores Individuais pesquisados.

1.3. Justificativa

A contabilidade, que antes tinha como objetivo somente controlar o patrimônio e analisar a evolução de sua riqueza, através de métodos rudimentares de controle, ao longo do tempo, vem ganhando grande importância nas tomadas de decisão de uma empresa, hoje ela é tida como uma conexão de negócios da empresa, interligando-a diretamente as operações realizadas dentro da mesma. Diante de tudo que a contabilidade pode oferecer para favorecer as operações da empresa, as demonstrações contábeis fornecem um grupo de informações para serem examinadas. Portanto a contabilidade e as demonstrações contábeis são peças fundamentais para tornar as empresas mais sólidas e competitivas. A contabilidade nos traz a análise financeira como método de verificar a situação econômica e financeira em que se encontra a empresa, e além da verificação também orienta qual decisão a ser tomada em determinada situação.

Marion (2009 p.26) diz que:

Vivemos um momento em que “aplicar os recursos escassos disponíveis com a máxima eficiência” tornou-se, dadas às dificuldades econômicas (concorrência, etc.), uma tarefa nada fácil. A experiência e o feeling do administrador não são mais fatores decisivos no quadro atual; exige-se um elenco de informações reais, que norteiem tais decisões. E essas informações estão contidas nos relatórios elaborados pela contabilidade.

A análise das práticas de planejamento financeiro serve de referência para os que buscam informações sobre a situação econômica de uma empresa, e é a partir desta análise que se descobre se a empresa possui capacidade de sanar seus compromissos. As empresas são constantemente avaliadas por órgãos que possuem algum tipo de interesse e necessitam saber da sua estrutura financeira ou patrimonial e se esta possui uma administração financeira adequada.

Stickney & Weil (2001 P. 20) diz que:

As empresas preparam suas demonstrações financeiras para vários usuários externos: proprietários, credores, órgãos reguladores, empregados. As demonstrações tentam apresentar informações relevantes sobre as atividades por elas desenvolvidas. O entendimento das primeiras, portanto, exige compreensão das últimas.

O empreendedor necessita ter informações confiáveis para suas tomadas de decisões e isto envolve vários fatores dentre eles a situação econômico-financeira de sua empresa, e neste

ponto ninguém melhor que o contador para lhe auxiliar nestas decisões que podem ser cruciais para a sobrevivência da empresa.

De acordo com Cimadon (2008) O empreendedorismo vem ganhando grandes proporções no Brasil e isto mostra a necessidade de se adquirir por parte do empreendedor um melhor conhecimento em competências gerenciais que atendam as demandas empresariais, originadas a partir do impulso empreendedor.

Cimadon (2008) criou um modelo que representa tais conhecimentos, modelo este que compõem-se de três etapas:

A da criação de um novo negócio ou uma nova atividade, estimulada pelo desejo ou necessidade de mudanças e sustentada pelo sonho a ser realizado. Influenciado pela alterações ambientais que, por sua vez, sofrerão influências das ações e mudanças efetuadas. A da experimentação empreendedorial, na qual empreendedores, experientes ou não, são submetidos às dificuldades, sensações de desconforto e de ansiedade, imposta pelo mercado. Nele desenvolvem percepções, decorrentes das relações que estabelecem, ao tomarem decisões, experimentam-se. Este conjunto de fatores, reagindo entre si e se interinfluenciando provoca o desenvolvimento de aprendizado que, ao serem armazenados, combinados e utilizados atingem a inteligência empreendedorial.

Cimadon (2008) diz que o meio empreendedor é pródigo em mudanças, a demanda por novos conhecimento é permanente e requer sua aquisição de forma pronta e pontual.

Assim segue-se a terceira etapa do processo, a da expansão intencional dos conhecimentos. Ela objetiva o aumento da assertividade no desempenho das atividades empresariais e a conquista do sucesso empreendedorial.

Com a publicação da Lei Complementar – LC nº. 128, de 19 de dezembro de 2008, que instituiu e regulamentou definitivamente a figura do Microempreendedor Individual no Brasil, entrando em vigor em 1º de julho de 2009, vem sendo crescente o número de empresários que buscam a adesão a esta nova modalidade empresarial. Com o advento desta nova lei, tornou-se mais fácil a formalização e muitos daqueles empresários que viviam na informalidade buscaram se legalizar.

De acordo com os dados obtidos através do Portal do Empreendedor (2013), o Brasil, que ao final de 2009 tinha cerca de 44 mil Microempreendedores Individuais, possui hoje mais

de 2,8 milhões de empresários cadastrados no MEI, números que tendem a crescer, principalmente pela facilidade na formalização e pelos benefícios tributários advindos desta nova lei.

Com a consolidação do MEI é necessário que possamos compreender o desenvolvimento estrutural das atividades planejadas por esta nova modalidade empreendedora, principalmente focalizar o seu planejamento financeiro que é uma das principais ferramentas para o desenvolvimento de um negócio.

1.4. Procedimentos Metodológicos

A pesquisa tem como procedimento inicial a informação de dados que facilitarão a identificação do problema de pesquisa, finalizando com a resposta deste. Verifica-se a seguir a metodologia da pesquisa, necessária para a realização deste trabalho, apresentando os métodos e procedimentos para sua concretização.

1.4.1 *Classificação da pesquisa*

A pesquisa trata-se de um estudo de caso, cuja abordagem é de cunho quantitativo, tal como Gonsalves (2003, p 68) define: “O estudo de caso é o tipo de pesquisa que privilegia um caso particular, uma unidade significativa, considerada suficiente para análise de um fenômeno”. Já a pesquisa quantitativa “remete para explanação das causas, por meio de medidas objetivas, utilizando-se basicamente da estatística”.

A abordagem quantitativa é importante para garantir a precisão dos resultados, evitando assim, distorções de análise e interpretação, permitindo uma margem de segurança com relação a possíveis interferências, buscando analisar o comportamento de uma população através da amostra.

A pesquisa quantitativa, para Michel (2005, p. 33):

[...] se realiza na busca de resultados precisos, exatos, comprovados através de medidas de variáveis preestabelecidas, na qual se procura verificar e explicar sua influência sobre outras variáveis, através da análise da frequência de incidências e correlações estatísticas.

1.4.2 *Procedimentos e instrumentos de coleta de dados*

A pesquisa inicia-se com o desenvolvimento do referencial teórico, realizando-se uma pesquisa bibliográfica, que de acordo com Marcone e Lakatos (2010) “é colocar o pesquisador em contato direto com tudo que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto”. Foram utilizados como base, livros, artigos que abordam o tema, pesquisas em

sites de entidades governamentais e a Lei 128/2008, que instituiu a figura do Microempreendedor Individual.

A coleta de dados foi feita através de pesquisa direta no site do Portal do Empreendedor (2013), onde foi possível detectar em termos numéricos o total de Microempreendedores Individuais cadastrados no País, bem como no Estado da Paraíba e no Município de Sousa, com isso dando condições de selecionar o total de entrevistados para a realização da pesquisa.

1.4.3 Universo e amostra da pesquisa

A população deste estudo compreende os microempreendedores cadastrados na atividade econômica de comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios do município de Sousa-PB. De acordo com pesquisa feita no site Portal do Empreendedor (2013), foi detectado que até o dia 1º de julho de 2013 existia um universo de 613 Microempreendedores cadastrados em 134 tipos de atividade econômica, sendo que 76 destes estão cadastrados na atividade de comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios, sendo esta a população pesquisada, onde foi retirada uma amostra que atingiu um total de cerca de 20% do universo desta atividade econômica, perfazendo-se um total de 15 Microempreendedores entrevistados.

O critério para a escolha da amostra da pesquisa foi por conveniência em virtude da dificuldade da localização do endereço de todos os microempreendedores cadastrados na atividade econômica pesquisada.

1.4.4 Análise e coleta de dados

Os dados foram coletados através de uma pesquisa junto ao Site Portal do Empreendedor (2013), onde foi possível detectar os números gerais do MEI e de como chegar ao universo para a aplicação de questionário junto aos Microempreendedores cadastrados na atividade econômica de comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios do Município de Sousa-PB. A entrevista foi dividida em três categorias de análise: na primeira foi abordada a gestão da empresa; na segunda, as competências empreendedorais, por fim, na terceira, a Entrevista deu ênfase ao planejamento financeiro. Com isso possibilitando a melhor qualidade na análise dos resultados. O método utilizado para análise dos dados foi o de

Análise de Conteúdo, que Para BARDIN (2009), enquanto método torna-se um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Contabilidade

2.1.1. *Evolução da Contabilidade*

A contabilidade é uma das ciências mais antigas da humanidade, seu início se deu juntamente com os primórdios da civilização humana. Segundo Marion (2009) está ligada às primeiras manifestações da necessidade social de proteção à posse e de perpetuação e interpretação dos fatos ocorridos com o objeto material de que o homem dispôs para alcançar os fins propostos.

Marion (2009) relata que por volta de 4.000 a.C. observava-se uma competição no crescimento das riquezas de Jacó e seu sogro Labão, sendo que para se tomar conhecimento do fato de que a riqueza de Jacó crescia mais do que a de Labão, era necessário um controle quantitativo, por mais rudimentar que fosse. Ele diz também que em mais ou menos (3.000 a.c.), são conhecidos cuneiformes em cerâmica que mostravam as transações entre egípcios e babilônios, destacando-se pagamentos de salários e impostos.

Segundo Schmidt (2000) O surgimento da escrita foi um fator primordial para a propagação da contabilidade, pois tornou mais fácil a comunicação entre os povos e a dissimilação de ideias no desenvolvimento da prática contábil.

Com o transcorrer do tempo foi aumentando a necessidade da evolução da contabilidade, vindo atingir sua maturidade entre os séculos XIII e XVI d.C. Consolidando-se pelo trabalho elaborado pelo frade franciscano Luca Pacioli, que publicou na Itália em 1494 um tratado sobre contabilidade que ainda hoje é de grande utilidade no meio contábil. Deu-se início então a Escola Italiana de Contabilidade, preponderante no cenário mundial até o início do século XX.

O desenvolvimento e a propagação do método de partidas dobradas, facilitou a solidificação de um novo período histórico e com isso a implantação de novas formas de administrar e comercializar. De acordo com Schmidt (2000) dois grandes motivos podem ser apontados como os propulsores do desenvolvimento do sistema contábil de partidas dobradas:

O desenvolvimento econômico na área abrangida entre as cidades de Veneza, Genova e Florença, criando um ambiente de negócios e um nível comercial bem mais sofisticado que o conhecido até então;

A aprendizagem da tecnologia da impressão de livros na Alemanha, e sua rápida disseminação para os grandes centros comerciais da Europa, principalmente para o norte da Itália.

Nos Estados Unidos, principalmente após a depressão de 1929, a contabilidade ganhou notoriedade e, segundo Marion (2009) essa ascensão se deu com a acentuação da pesquisa nessa área para melhor informar os usuários da contabilidade.

A ascensão cultural e econômica dos EUA, o crescimento do mercado de capitais e, conseqüentemente, da Auditoria, a preocupação em tornar a Contabilidade algo útil para a tomada de decisão, a atuação acentuada do Instituto dos Contadores Públicos americanos, a clareza didática da exposição dos autores em Contabilidade foram, entre outros, os fatores que contribuíram para a formação da Escola Contábil americana, que domina nosso cenário contábil atual.

Ludicibus, Marion, Faria (2009) resumem a evolução da ciência contábil da seguinte forma:

- CONTABILIDADE DO MUNDO ANTIGO - período que se inicia com as primeiras civilizações e vai até 1202 da Era Cristã, quando apareceu o livro Liber Abaci (livro do ábaco), da autoria Leonardo Pisano, conhecido de Fibonacci (cabeça dura).
- CONTABILIDADE DO MUNDO MEDIEVAL - período que vai de 1202 da Era Cristã até 1494, quando apareceu o Tractatus de Computis et Scripturis (Contabilidade por Partidas Dobradas) de Frei Luca Pacioli, publicado em 1494, enfatizando que a teoria contábil do débito e do crédito corresponde à teoria dos números positivos e negativos, obra que contribuiu para inserir a contabilidade entre os ramos do conhecimento humano.
- CONTABILIDADE DO MUNDO MODERNO - período que vai de 1494 até 1840, com o aparecimento da obra "La Contabilità Applicata alle Amministrazioni Private e Pubbliche", da autoria de Francesco Villa, premiada pelo governo da Áustria. Obra marcante na história da Contabilidade.
- CONTABILIDADE DO MUNDO CONTEMPORÂNEO OU CIENTÍFICO – período que se inicia em 1840 e continua até os dias de hoje. Neste período, surgiram muitas escolas que identificavam várias visões para a contabilidade. Essas escolas demonstravam cada uma, a sua visão para a contabilidade.

2.2. Contabilidade no Brasil

A contabilidade no Brasil teve seu início ainda na época colonial. Com a evolução da Sociedade e a entrada de produtos advindos do exterior, foi visto a necessidade de um maior controle contábil e com isso foram criadas as primeiras Alfândegas que surgiram em 1530. Surgiu com isso então, a preocupação com o ensino comercial na área contábil.

Em 1549 são criados os armazéns alfandegários e para controle destes, Portugal nomeou Gaspar Lamego como o primeiro Contador Geral das terras do Brasil, cuja expressão era utilizada para denominar os profissionais que atuavam na área pública.

O desenvolvimento social que ocorria naquele período, aliado a expansão da atividade colonial provocou um aumento nos gastos, exigindo um melhor controle das contas públicas e receitas do Estado, e para este fim foi implantado o órgão denominado Erário Régio. Com a instalação do Erário Régio, foi introduzido o método das partidas dobradas, já utilizado em Portugal. O órgão era composto por um presidente com funções de Inspetor Geral, um contador e um procurador fiscal, incumbidos de fazer toda arrecadação, distribuição e administração financeira e fiscal.

O processo de escrituração contábil nos órgãos públicos tornou-se obrigatório em Portugal através do Alvará de 24 de dezembro de 1768. No Brasil, a primeira referência oficial à escrituração e relatórios contábeis ocorreu no ano de 1808, elaborada pelo Príncipe Regente D. João VI, conforme dispõe o texto da Carta:

Para o método de Escrituração e fórmulas de Contabilidade de minha real fazenda não fique arbitrário a maneira de pensar de cada um dos contadores gerais, que sou servido criarem para o referido Erário: - ordeno que a escrituração seja mercantil por partidas, por ser a única seguida pelas nações mais civilizadas, assim pela sua brevidade, para o manejo de grandes somas como por ser mais clara e a que menos lugar dá a erros e subterfúgios, onde se esconde a malícia e a fraude dos prevaricadores.

A escassez de produtos nacionais que suprissem as necessidades internas e a falta de um produto forte no mercado internacional debilitava a economia imperial e isso ocorria, devido a quantidade de exportações, a balança comercial brasileira era desfavorável. Havia portanto a necessidade de maior arrecadação tributária e diante desse fato, surgiu em 1843 a primeira tentativa de implantar o imposto de renda.

Segundo Martins e Silva (2007: p 111) através da Lei de Orçamento 317, de 21 de outubro, estabeleceu-se o imposto progressivo sobre os vencimentos recebidos dos cofres públicos,

título de contribuição extraordinária, que só vigorou nos anos de 1843 a 1845. Essa foi à primeira experiência de implantação do Imposto de Renda, o que só se implantaria na República.

Marion (2009) relata que com a criação da Escola de Comércio Álvares Penteado, em São Paulo, no ano de 1902, observou-se a adoção da Escola Europeia de Contabilidade, basicamente a Italiana e a Alemã.

Em 1946, com a inauguração da Faculdade de Economia e Administração da USP e com o advento das multinacionais anglo-americanas, a Escola Contábil Americana começa a infiltrar-se no Brasil, vindo a ter sua influência mais significativa no ensino de contabilidade de nosso país a partir do lançamento do livro de Contabilidade Introdutória, por uma equipe de professores da FEA/USP no início da década de 70.

O domínio da Escola Contábil Americana tornou-se evidente com a criação da Lei nº 6.404/76, Lei das Sociedades por ações, “que passa a adotar uma filosofia nitidamente norte-americana”.

Com as alterações das normas contábeis e as definições da Lei nº. 11.638/2007 e da MP nº. 449/2008, convertida na Lei nº 11.941/2009, a contabilidade brasileira deve ser observadas por todas as empresas obrigadas a obedecer à Lei das S/A, compreendendo não só as sociedades por ações, mas também as demais empresas, inclusive as constituídas sob a forma de limitadas, independentemente da sistemática de tributação por elas adotada.

2.3. A Importância da Contabilidade no Brasil

Diante do atual desenvolvimento econômico mundial, a contabilidade vem ganhando notoriedade junto ao meio empresarial. A necessidade de adaptação das empresas ao mundo globalizado, onde é preciso que se tenham informações precisas com mais clareza e rapidez para tomada de decisão, faz com que os administradores busquem qualidade nas informações para melhor desempenho das suas atividades empresariais.

Marion (2009) diz que:

Frequentemente os responsáveis pela administração estão tomando decisão, quase todas importantes, vitais para o sucesso do negócio. Por

isso, há necessidade de dados, de informações corretas, de subsídios que contribuam para uma boa tomada de decisão.

A contabilidade, não se limita apenas a geração de informações sobre eventos realizados, mas também sobre acontecimentos planejados, apresenta-se na sua mais moderna expressão como um dos mais preciosos sistemas de informação, possibilitando seu entendimento, em virtude de ter ao seu dispor um banco de dados que contempla informações sobre todos os eventos econômicos e empresariais, mensurados por medidas físicas e monetárias.

“A Contabilidade, na sua condição de ciência social, cujo objetivo é o patrimônio, busca a geração de informações quantitativas e qualitativas sobre ela expressa tanto em termos físicos quanto monetários.” (Resolução CFC Nº 785/95, p.2)

Segundo a resolução CFC Nº 785/95, os atributos que dão veracidade as informações emitidas pelo Contador, em especial aquelas contidas nas demonstrações contábeis, notadamente as previstas em legislação, deve revelar as informações suficientes sobre a entidade. Destacamos os atributos que são indispensáveis nesse processo:

- Confiabilidade – é o atributo que faz com que o usuário aceite a informação contábil e a utilize como base para tomada de decisões.
- Tempestividade – as informações contábeis devem chegar ao conhecimento do usuário em tempo hábil.
- Compreensibilidade – as informações devem ser expostas da forma mais compreensível possível ao usuário que se destine.
- Comparabilidade – possibilita ao usuário o conhecimento da evolução entre determinada informação ao longo do tempo numa mesma entidade ou em diversas entidades, ou a situação desta num momento dado.

2.4. Planejamento Financeiro

Para se ajustarem as mudanças financeiras que vem ocorrendo nos últimos anos, os empreendedores, tem buscado maiores conhecimentos da gestão financeira de suas empresas. O conhecimento de finanças tornou-se essencial para as pessoas engajadas na prática de conduzir os negócios. Sendo assim, de acordo com Gropelli e Nikbakht (1998),

Finanças "é a aplicação de uma série de princípios econômicos para maximizar a riqueza ou valor total de um negócio". No final do século passado, a ênfase desse tema caía sobre as novas formas de melhoria efetiva na administração do capital de giro, criando métodos para a manutenção de registros financeiros e para a interpretação dos demonstrativos financeiros. Atualmente, a ênfase é sobre as formas de orçamentar os recursos escassos e investir os fundos em ativos ou projetos que lhe tragam melhores compensações entre risco e retorno.

Segundo Gitman (2004), Finanças pode ser definida como "a arte e a ciência de administrar fundos. Praticamente, todos os indivíduos e organizações obtêm receitas ou levantam fundos, gastam ou investem. Finanças ocupa-se do processo, instituições, mercados e instrumentos envolvidos na transferência de fundos entre pessoas, empresas e governos". Com isso, a análise financeira nos dá subsídios para tornar flexíveis e corretas as decisões de investimento, no momento apropriado e mais vantajoso.

As empresas em busca de uma melhor organização traçam seu planejamento financeiro, formalizando o método pelo qual as metas financeiras devem ser alcançadas, unindo as decisões de investimento e de financiamento em um único plano. Os planos financeiros e orçamentos fornece um roteiro para atingir os objetivos da empresa, além de oferecer uma estrutura para coordenar diversas atividades da empresa, atuando como mecanismo de controle e análise, criando um padrão de desempenho para uma avaliação contínua dos negócios desenvolvidos pela empresa.

Gitman (2004) diz que "planos financeiros a longo prazo (estratégicos) servem como guia na preparação dos planos financeiros de curto prazo (operacional)". Os planos financeiros de curto prazo são executados em um período de um a dois anos, enquanto que os de longo prazo vão de dois a dez anos. Esses períodos variam de acordo com a atividade e o interesse das empresas. O empreendedor deve fazer inicialmente uma análise das opções de financiamento e investimento disponíveis à empresa, depois uma avaliação do desempenho em relação aos objetivos estabelecidos no início do plano financeiro. O plano deve ser acompanhado frequentemente e se necessário feito ajustes de suas projeções de acordo com as variações do ambiente.

2.4.1. Planejamento Financeiro de Curto Prazo

O planejamento financeiro de curto prazo favorece ao fortalecimento de uma estrutura de suporte ao administrador financeiro na tomada de decisões. De acordo com Zdanowicz (2000), o planejamento financeiro contribui para solucionar problemas de caixa que possam surgir na consequência de reduções de receitas ou de aumentos no volume de pagamentos, além de possibilitar a programação de desembolsos e verificar a possibilidade de investimentos com base na liquidez e rentabilidade.

Dessa forma, o administrador financeiro verifica as alternativas com maior facilidade. Por intermédio do Planejamento financeiro, verificam-se os recursos e antecipam-se as decisões de financiamento e investimento a fim de captar recursos ou obter maiores lucros para a empresa (ZDANOWICZ, 2000).

Segundo Gitman (2004, p. 434) "os planos financeiros de curto prazo especificam as ações financeiras a curto prazo e o impacto antecipado dessas ações. Na maioria das vezes, esses planos cobrem um período de um a dois anos". Por esse fato, o plano financeiro de curto prazo se torna mais preciso, mais perto do real, mesmo sendo elaborado a partir de estimativas de acordo com as necessidades da empresa.

Percebe-se que o fluxo de caixa é apresentado como instrumento essencial para a gestão do caixa da empresa. A empresa que mantém continuamente atualizado seu fluxo de caixa poderá dimensionar, a qualquer momento, o volume de entradas e saídas de recursos financeiros, através de mudanças nos prazos de recebimentos e pagamentos, bem como fixar o nível desejado de disponibilidade para o próximo período.

Para Zdanowicz (2000, p. 38-40), "a projeção do fluxo de caixa depende de vários fatores como: o tipo de atividade econômica, o porte da empresa, o processo de produção e/ou comercialização, se é contínuo ou não, etc." Depende da periodicidade dos ingressos, bem como da forma como a empresa efetua seus desembolsos de caixa. É necessário estar consciente que quanto maior a incerteza das projeções futuras, mais flexível terá que ser o planejamento econômico-financeiro do fluxo de caixa, bem como com maior frequência, deverão ser feitos os ajustes das estimativas.

A forma de acompanhar o desenvolvimento financeiro de curto prazo de uma empresa é analisar a evolução de atividades tais como contas a pagar, contas a receber, fluxo de caixa, estoque, capital de giro e prazo médio de recebimento. Com esses dados pode-se fazer um planejamento a curto prazo das atividades econômicas desenvolvidas pela empresa.

Contas a pagar significa o dinheiro que a empresa deve a alguém, como por exemplo, dívidas para com os fornecedores na compra de matéria-prima e obrigações para com o governo no pagamento de tributos. Já contas a receber significa a quantia de dinheiro que devem a empresa, por exemplo, compras feitas por clientes.

Por isso as empresas fazem fluxos de caixa para ter controle sobre as despesas e receitas de modo a evitarem surpresas e poderem tomar decisões estratégicas para controle e até diminuição dos custos. Por ser de grande importância, o controle financeiro da organização precisa ser feito por pessoas especializadas que fazem uso de ferramentas especializadas, já que este controle de receitas e despesas é vital para a sobrevivência da empresa.

Controle de estoque é o procedimento adotado para registrar, fiscalizar e gerir a entrada e saída de mercadorias e produtos seja numa indústria ou no comércio. O controle de estoque deve ser utilizado tanto para matéria prima, mercadorias produzidas e/ou mercadorias vendidas.

O primeiro passo para conseguir um bom controle de estoque é ter um bom e confiável sistema que lhe auxilie na administração de todo o material de forma que ele consiga ainda realizar suas outras funções.

O Capital de Giro é o recurso utilizado para sustentar as operações do dia-a-dia da empresa, ou seja, é o capital disponível para condução normal dos negócios da empresa.

Alguns pontos importantes da administração eficiente do capital de giro é seu impacto no fluxo de caixa da empresa. O volume de capital de giro utilizado por uma empresa depende de seu volume de venda, política de crédito e do nível de estoque mantido.

O Capital de Giro necessita de recursos para seu financiamento, ou seja, quanto maior for seu valor, maior a necessidade de financiamento, seja com recursos próprios, seja com recursos de terceiros.

As dificuldades relativas ao Capital de Giro numa empresa são devidas, principalmente, à ocorrência dos seguintes fatores:

- Redução de vendas
- Crescimento da inadimplência
- Aumento das despesas financeiras
- Aumento de custos

- Desperdícios de natureza operacional

O Capital de Giro também é um conceito econômico-financeiro e não uma definição legal, constituindo uma fonte de fundos permanente utilizada para financiar a necessidade de Capital de Giro.

O prazo médio de recebimento é o tempo médio que uma empresa leva a cobrar aos seus clientes aquilo que lhes fatura. É um prazo bastante importante, na medida em que enquanto uma empresa vende e não recebe, está a providenciar um crédito ao cliente, e esse crédito é, na óptica da empresa, algo que tem que ser financiado.

Assim, quanto mais baixo o prazo médio de recebimento, maior a eficiência da empresa nas suas cobranças, e menor o dinheiro que tem que ter imobilizado no seu fundo de maneio.

O aumento do prazo médio de recebimento pode ser uma estratégia comercial da empresa, visto que a concessão de crédito é uma forma de facilitar a venda, mas pode também constituir uma red flag, se indicar que a empresa está a encontrar dificuldades em vender e apenas o consegue com um financiamento exagerado dos seus clientes. Um aumento do prazo médio de recebimento também expõe a empresa a um maior risco de crédito dos seus clientes.

2.4.2. Planeamento Financeiro de Longo Prazo

O Planeamento financeiro de longo prazo permite a organização dos recursos da empresa de uma forma mais extensa, ele pode ir de dois a dez anos e é através dele que se pode prever o quanto estará disponível, que investimentos devem ser feitos, que nível de caixa está previsto, que obrigações serão cumpridas, entre outros elementos.

É necessário tê-lo sempre organizado a basear-se nele para tomada de decisões, estando os objetivos de crescimento e investimentos relatados no planeamento estratégico diretamente conectado a ele.

Gitman (2004, p. 93) diz que:

“Os planos financeiros de longo prazo representam um componente essencial de uma estratégia integrada e, juntamente com os planos de produção e marketing, orientam a empresa na direção de suas metas estratégicas.”

Gitman (2004) cita também que os gastos com ativos permanentes, atividades de pesquisas e desenvolvimento, programa de desenvolvimento de produtos e marketing, estrutura de capital e fontes básicas de financiamento, cancelamento de projetos, linhas de produtos ou negócios já existentes, resgate ou extinção de dívidas a pagar, são elementos considerados neste planejamento.

2.5. Empreendedorismo

O dicionário Aurélio da Língua Portuguesa define a palavra “empreender” como a ação de praticar, de pôr em execução. Origina-se do latim *imprehendere*. A palavra empreendedor (*entrepreneur*) surgiu na França por volta dos séculos XVII e XVIII, com o objetivo de designar aquelas pessoas ousadas que estimulavam o progresso econômico, mediante novas e melhores formas de agir. Já o termo “empreendedorismo” parece ter sido originado da livre tradução da palavra da língua inglesa *entrepreneurship*.

O conceito "Empreendedorismo" foi popularizado pelo economista Joseph Schumpeter em 1945 como sendo uma peça central à sua teoria da Destruição criativa. Segundo Schumpeter o empreendedor é alguém versátil, que possui as habilidades técnicas para saber produzir, e capitalistas ao reunir recursos financeiros, organiza as operações internas e realiza as vendas de sua empresa. Schumpeter chegou a escrever que a medida para uma sociedade ser considerada capitalista é saber se ela confia seu processo econômico ao homem de negócios privado.

Mais tarde, em 1967 com Kenneth E. Knight e em 1970 com Peter Drucker foi introduzido o conceito de risco, uma pessoa empreendedora precisa arriscar em algum negócio. E em 1985 com Gifford Pinchot foi introduzido o conceito de Intra-empreendedor, uma pessoa empreendedora, mas dentro de uma organização.

Segundo Leite (2000), nas qualidades pessoais de um empreendedor, entre muitas, destacam-se a iniciativa, a visão, a coragem, a firmeza, a decisão, a atitude de respeito humano e a capacidade de organização e direção.

Com base nessas afirmações, pode-se constatar que o empreendedor é aquele que “faz a coisa acontecer”, ou seja, que utiliza sua capacidade de realizar, investindo em algo que tenha valor para a sociedade. As pessoas que invistam em seu desenvolvimento sócio econômico possuem um movimento de geração de riqueza. Por outro lado, uma nação com

poucos empreendedores tem uma capacidade muito limitada de produzir bens e serviços para atender às suas necessidades.

2.5.1 Gestão Empreendedora

A globalização fez surgir uma necessidade crescente de empreendedores que enfrentem o constante desafio de serem competitivos e inovadores, pessoas com o perfil psicológico voltado para o conceito empreendedor de liderança, inovação, planejamento, persistência e criatividade. Dornelas (2012) sugere algumas características inerentes às pessoas com potencial empreendedor, sendo algumas delas o perfil visionário, a facilidade de tomada de decisões, o senso de oportunidade, dinamismo, dedicação, otimismo, desprendimento, liderança e a coragem para correr riscos com responsabilidade. Isso pode explicar os diferentes destinos de empreendimentos. Para Faccina (2009) o desafio diz respeito ao mapeamento do que é da esfera do comum. Não basta apenas uma característica, mas o potencial para incorporar várias delas no trajeto entre o reconhecimento da oportunidade e a efetiva criação de riqueza.

Luciano et al. (2009) enfatiza que ter uma atividade empreendedora é demonstrar algumas atitudes específicas e que caracterizam o perfil do empreendedor e, portanto concebe-se que o portador do perfil empreendedor é aquela pessoa capaz de identificar oportunidades, ser visionária, vendo além do que a maioria das pessoas veem, perseguir firmemente seu propósito, contagiar as pessoas à sua volta com seus ideais e estar disposto a assumir riscos. Acrescenta que ensinar a empreender é possível, mas o segredo de aprender é empreender, depende exclusivamente do candidato a empreendedor.

2.5.2 Identificando Oportunidades

Segundo DORNELAS (2012), para se iniciar um negócio é preciso que se tenha uma ideia, esta não necessariamente precisa ser única, o que importa é como o empreendedor utiliza sua ideia, inédita ou não, de maneira a transforma-la em produto o serviço que faça sua empresa crescer.

Para se gerar uma ideia um dos requisitos básicos é que o empreendedor tenha sua mente estimulada e esteja preparado para o que ocorre no ambiente onde vive. DORNELAS (2012) apresenta exemplos de como gerar novas ideias:

- Conversar com pessoas de todos os níveis sociais e idade (de adolescentes aos mais velhos e experientes), sobre os mais variados temas, também pode trazer novas ideias de produtos e serviços em um determinado nicho de mercado.
- Pesquisar novas patentes e licenciamentos de produtos, em áreas onde o empreendedor tenha intenção de atuar com o novo negócio, pode produzir conclusões interessantes que definirão a estratégia da empresa.
- Estar atento aos acontecimentos sociais de sua região, tendências, preferências da população, mudanças no estilo e padrão de vida das pessoas e hábitos dos jovens (futuros e até atuais consumidores para determinados produtos e serviços) e também dos mais velhos (mercado promissor e em crescente ascensão em virtude do aumento da expectativa de vida da população).
- Visitar institutos de pesquisa, universidades, feiras de negócios, empresas, etc.
- Participar de conferências e congressos da área, ir a reuniões e eventos de entidades de classe e associações.

Vários fatores estão envolvidos para saber se uma oportunidade realmente é tentadora, para DORNELAS (2012) dentre estes fatores estão o conhecimento do assunto ou ramo de atividade em que a oportunidade está inserida, seu mercado, os diferenciais competitivos do produto/serviço para a empresa, etc.

DORNELAS (2012) afirma que qualquer oportunidade deve ser analisada, pelo menos, sob os seguintes aspectos:

1. Qual mercado ela atende?
2. Qual o retorno econômico que ela proporcionará?
3. Quais são as vantagens competitivas que ela trará ao negócio?
4. Qual é a equipe que transformará essa oportunidade em negócio?
5. Até que ponto o empreendedor está comprometido com o negócio?

O empreendedor ao seguir este roteiro fará com mais facilidade a análise de oportunidade na criação do seu negócio, dessa forma podendo medir o grau de atratividade da oportunidade e quanto ela pode agregar ao seu negócio. Devendo o empreendedor saber responder a si mesmo qual o significado da oportunidade antes de partir para um detalhamento de um plano de negócios.

2.5.3 Plano de Negócios

Conforme Dornelas (2012), o plano de negócios é um documento utilizado para descrever um entendimento e o modelo de negócios que sustenta a empresa. Sua elaboração envolve um processo de aprendizagem e alto conhecimento, e, ainda permite ao empreendedor situar-se no seu ambiente de negócio.

Ao pensar em desenvolver uma atividade econômica, naturalmente, o termo plano de negócio deve vir como parte fundamental do processo empreendedor. É necessário que o empreendedor saiba planejar suas ações e delinear as estratégias da empresa a ser criada.

Segundo Dornelas (2012), essa ferramenta de gestão pode e deve ser usada por todo e qualquer que queira transformar seu sonho e realidade, seguindo o caminho lógico e racional que se espera de um bom administrador.

A razão e o raciocínio lógico não são suficientes para determinar o sucesso do negócio, mas existem alguns passos ou atividades rotineiras que devem ser seguidas por todo empreendedor. Dornelas (2012) afirma que se ocorresse apenas à busca da razão e raciocínio lógico, a arte de administrar não seria mais arte, apenas uma atividade rotineira, onde *feeling* do administrador nunca seria utilizado.

O plano de negócio deve ser elaborado utilizando algumas regras básicas, mas não implica em dizer que pode ser modificado, pois o empreendedor deve utilizar da sua criatividade ou bom senso, enfatizando um ou outro aspecto que mais interesse a sua clientela em questão. Isso não implica em dizer que o plano de negócio, depois de ser elaborado, não possa ser modificado, pois o empreendedor o empreendedor deve está sempre atento às modificações do mercado e adequá-lo necessariamente a essas modificações para o melhor desempenho na tomada de decisões.

Dornelas (2012) diz que uma tradição a ser quebrada é achar que o plano de negócios, uma vez concebido, pode ser esquecido. Esse é um erro imperdoável e as consequências serão mostradas pelo mercado que está em constante mutação.

Não existe uma estrutura específica para escrever o plano de negócio, devido a cada negócio ter suas particularidades e semelhanças, ficando impossível aplicar um modelo padrão.

Dornelas (2012) sugere um modelo de plano de negócios para pequenas empresas manufatureiras em geral:

1. Capa. A capa, apesar de não parecer, é uma das partes mais importantes do plano de negócios, pois é a primeira parte visualizada por quem o lê, devendo, portanto, ser feita de maneira limpa e com as informações necessárias e pertinentes.

2. Sumário. O sumário deve conter o título de cada seção do plano de negócios e a página respectiva onde se encontra, bem como os principais assuntos relacionados em cada seção. Isto facilita ao leitor do plano de negócios encontrar rapidamente o que lhe interessa. Qualquer editor de textos permite a confecção automática de sumários e tabelas de conteúdo bastante apresentáveis.

3. Sumário Executivo. O Sumário Executivo é a principal seção do plano de negócios. O Sumário Executivo fará o leitor decidir se continuará ou não a ler o plano de negócios. Portanto, deve ser escrito com muita atenção e revisado várias vezes, além de conter uma síntese das principais informações que constam no plano de negócios. Deve ainda ser dirigido ao público-alvo do plano de negócios e explicitar qual o objetivo do plano de negócios em relação ao leitor (por exemplo, requisição de financiamento junto a bancos, capital de risco, apresentação da empresa para potenciais parceiros ou clientes etc.). O Sumário Executivo deve ser a última seção a ser escrita, pois depende de todas as outras seções do plano para ser elaborada.

4. Análise Estratégica. Nessa seção são definidos os rumos da empresa, sua visão e missão, sua situação atual, as potencialidades e ameaças externas, suas forças e fraquezas, seus objetivos e metas de negócio. Esta seção é na verdade a base para o desenvolvimento e a implantação das demais ações descritas no plano.

5. Descrição da Empresa. Nessa seção deve-se descrever a empresa, seu histórico, crescimento, faturamento dos últimos anos, sua razão social, impostos, estrutura organizacional e legal, localização, parcerias, certificações de qualidade, serviços terceirizados etc.

6. Produtos e Serviços. Essa seção do plano de negócios é destinada aos produtos e serviços da empresa: como são produzidos, quais os recursos utilizados, o ciclo de vida, os fatores tecnológicos envolvidos, o processo de pesquisa e desenvolvimento, os principais clientes atuais, se a empresa detém marca e/ou patente de algum produto etc. Nessa seção pode ser incluída, quando esta informação encontra-se disponível, uma visão do nível de satisfação dos clientes com os produtos e serviços da empresa. Esse *feedback* é bastante importante, porque costuma oferecer não apenas uma visão do nível de qualidade percebida nos produtos e serviços, mas também guiar futuros investimentos da empresa em novos desenvolvimentos e processos de produção.

7. Plano Operacional. Essa seção deve apresentar as ações que a empresa está planejando em seu sistema produtivo e o processo de produção, indicando o impacto que essas ações terão em seus parâmetros de avaliação de produção.

Deve conter informações operacionais atuais e previstas de fatores como: lead time do produto ou serviço, percentual de entregas a tempo (*on time delivery*), rotatividade do inventário, índice de refugo, lead time de desenvolvimento de produto ou serviço etc.

8. Plano de Recursos Humanos. Aqui devem ser apresentados os planos de desenvolvimento e treinamento de pessoal da empresa. Essas informações estão diretamente relacionadas com a capacidade de crescimento da empresa, especialmente quando esta atua em um mercado onde a detenção de tecnologia é considerada um fator estratégico de competitividade. Devem ser indicadas as metas de treinamento associadas às ações do Plano Operacional, as metas de treinamento estratégico, de longo prazo e não associadas diretamente às ações. Aqui também devem ser apresentados o nível educacional e a experiência dos executivos, gerentes e funcionários operacionais, indicando-se os esforços da empresa na formação de seu pessoal.

9. Análise de Mercado. Na seção de Análise de Mercado, o autor do plano de negócios deve mostrar que os executivos da empresa conhecem muito bem o mercado consumidor do seu produto/serviço (por meio de pesquisas de mercado): como está segmentado, o crescimento desse mercado, as características do consumidor e sua localização, se há sazonalidade e como agir nesse caso, análise da concorrência, sua participação de mercado e a dos principais concorrentes etc.

10. Estratégia de Marketing. Deve-se mostrar como a empresa pretende vender seu produto/serviço e conquistar seus clientes, manter o interesse dos mesmos e aumentar a demanda. Deve abordar seus métodos de comercialização, diferenciais do produto/serviço para o cliente, política de preços, principais clientes, canais de distribuição e estratégias de promoção/comunicação e publicidade, bem como projeções de vendas.

11. Plano Financeiro. A seção de finanças deve apresentar em números todas as ações planejadas para a empresa e as comprovações, por meio de projeções futuras (quanto necessita de capital, quando e com que propósito) de sucesso do negócio. Deve conter demonstrativo de fluxo de caixa com horizonte de, pelo menos, três anos; balanço patrimonial; análise do ponto de equilíbrio; necessidades de investimento; demonstrativos de resultados; análise de indicadores financeiros do negócio, como faturamento previsto, margem prevista, prazo de retorno sobre o investimento inicial (*payback*), taxa interna de retorno (TIR) etc.

12. Anexos. Esta seção deve conter informações adicionais julgadas relevantes para o melhor entendimento do plano de negócios. Por isso, não tem um limite de páginas ou exigências a serem seguidas. A única informação que não se pode esquecer-se de incluir é a relação dos *curriculum vitae* dos sócios e dirigentes da empresa. Pode-se anexar ainda informações como fotos de produtos, plantas da localização, roteiros e resultados completos das pesquisas de mercado que foram realizadas, material de divulgação do negócio, folders, catálogos, estatutos, contrato social da empresa, planilhas financeiras detalhadas etc.”

É importante que as informações contidas no plano de negócio sejam divulgadas à empresa internamente de forma satisfatória. Um painel de metas da empresa é uma forma simples e bastante eficaz de utilizar o plano de negócios e de torna-lo visível, guiando seus interessados para esforços em melhoria da empresa. Dornelas (2012) afirma que esse painel é um sistema visível de medida de desempenho que mostrará de forma simples, preferencialmente gráfica a evolução da empresa ao longo do tempo, em termos de seus valores de avaliação.

Várias pesquisas realizadas pelo SEBRAE-SP anualmente revelam que os fatores de mortalidade das empresas nacionais não são muito diferentes. A falta de planejamento aparece como principal causa de insucesso seguida da deficiência de gestão, política de apoio insuficiente, conjuntura econômica e fatores pessoais. Com isso é importante que para se tornar um empreendedor, mesmo que a empresa seja de pequeno porte, este empreendedor deve seguir regras necessárias para o melhor conhecimento da atividade a ser exercida.

2.6. Microempreendedor Individual

Para ser considerado um Empresário, de acordo com Código Civil – C/C (2002), o indivíduo deve exercer atividades econômicas através da produção ou circulação de bens ou de serviços. De acordo com a LC nº. 128/2008 Microempreendedor Individual (MEI) é a pessoa que trabalha por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário. Para ser um microempreendedor individual, é necessário faturar no máximo até R\$ 60.000,00 por ano e não ter participação em outra empresa como sócio ou titular. O MEI também pode ter um empregado contratado que receba o salário mínimo ou o piso da categoria.

A Lei Complementar nº 128, de 19/12/2008, criou condições especiais para que o trabalhador conhecido como informal possa se tornar um MEI legalizado. Entre as vantagens oferecidas por essa lei está 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 foi enquadrado no Simples Nacional e ficou isento dos tributos federais (Imposto de Renda, PIS, Cofins, IPI e CSLL). Assim, paga apenas o valor fixo mensal de R\$ 34,90 (comércio ou indústria), R\$ 38,90 (prestação de serviços) ou R\$ 39,90 (comércio e serviços), que é destinado à Previdência Social e ao ICMS ou ao ISS. Essas quantias são atualizadas anualmente, de acordo com o salário mínimo. Com essas contribuições, o Microempreendedor Individual tem acesso a benefícios como auxílio maternidade, auxílio doença, aposentadoria, entre outros.

A formalização do Microempreendedor Individual poderá ser feita de forma gratuita no próprio portal do empreendedor ou nas agências do SEBRAE. Após o cadastramento do Microempreendedor Individual, o CNPJ e o número de inscrição na Junta Comercial são obtidos imediatamente, não sendo necessário encaminhar nenhum documento (e nem sua cópia anexada) à Junta Comercial.

O Microempreendedor Individual também poderá fazer a sua formalização com a ajuda de empresas de contabilidade que são optantes pelo Simples Nacional e estão espalhadas pelo Brasil. Segundo o Portal do Empreendedor (2013), essas empresas irão realizar a formalização e a primeira declaração anual sem cobrar nada. Após o cadastramento o microempreendedor Individual deve dirigir-se a Prefeitura para a solicitação do Alvará de Licença para funcionamento, que também deverá ser feito de forma gratuita.

O Portal do Empreendedor (2013) cita os que após a formalização, o empreendedor terá o seguinte custo:

- Para a Previdência: R\$ 33,90 por mês (representa 5% do salário mínimo que é reajustado no início de cada ano);
- Para o Estado: R\$ 1,00 fixo por mês, se a atividade for comércio ou indústria;
- Para o Município: R\$ 5,00 fixos por mês, se a atividade for prestação de serviços.

O pagamento desses valores é feito por meio do Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS), que pode ser gerado por qualquer pessoa em qualquer computador conectado à internet. O pagamento deve ser feito na rede bancária e casas lotéricas, até o dia 20 de cada mês. Caso haja esquecido de fazer o pagamento na data certa, será cobrado de juros e multa. Segundo o Portal do Empreendedor:

“A multa será de 0,33% por dia de atraso e está limitado a 20%, e os juros serão calculados com base na taxa Selic, sendo que para o primeiro mês de atraso os juros serão de 1%. Após o vencimento deve ser gerado novo DAS relativo ao mês em atraso, que já virá com os acréscimos dos juros e multa”.

2.6.1. Das Obrigações e Responsabilidades do MEI

A concessão do Alvará de Localização depende da observância das normas dos Códigos de Zoneamento Urbano e de Posturas Municipais. Segundo o Portal do Empreendedor (2013), a maioria dos municípios mantém o serviço de consulta prévia para o empreendedor saber se o local escolhido para estabelecer a sua empresa está de acordo com essas normas.

Além disso, outras normas devem ser seguidas, como as sanitárias, por exemplo, para quem manuseia alimentos e do corpo de bombeiros para todas as atividades. Antes de qualquer procedimento, o empreendedor deve consultar as normas municipais para saber se existe ou não restrição para exercer a sua atividade no local escolhido, além de outras obrigações básicas a serem cumpridas (Portal do Empreendedor, 2013).

Conforme instrução do Portal do Empreendedor (2013), no momento da inscrição, o interessado declara que cumpre e entende a legislação municipal e que a obedecerá, sob pena de ter cancelado o seu alvará provisório, que tem validade de 180 dias.

O ambulante, assim como quem trabalha em lugar fixo, precisa conhecer as regras municipais a respeito do tipo de atividade e do local onde irá trabalhar antes de fazer o registro. O Portal do Empreendedor (2013):

“emite um documento que autoriza o funcionamento imediato do negócio. Porém, o empreendedor tem de verificar se as normas e posturas municipais estão sendo cumpridas. Isso é importante para que não haja prejuízo à coletividade e ao próprio empreendedor que, caso não cumpra as normas como declarou, estará sujeito a multas, apreensões e até mesmo ao fechamento do empreendimento e cancelamento de seus registros”.

Caso o município constate alguma ilegalidade nessa declaração, durante os 180 dias de validade do documento que equivale ao alvará provisório, o registro da empresa poderá ser cancelado. Caso o empreendedor não disponha dessa informação, recomenda-se que ele não finalize o registro. O Sebrae, os escritórios de contabilidade e a própria administração municipal podem prestar as informações necessárias.

Todo mês, até o dia 20, o Microempreendedor Individual deve preencher (pode ser manualmente), o Relatório Mensal das Receitas que obteve no mês anterior. Deve anexar ao Relatório às notas fiscais de compras de produtos e de serviços, bem como das notas fiscais que emitir.

Todo ano o Microempreendedor Individual deve declarar o valor do faturamento do ano anterior. A primeira declaração pode ser preenchida pelo próprio Microempreendedor Individual ou pelo contador optante pelo Simples, gratuitamente.

2.6.2. Custo e Impostos do MEI

Segundo o Portal do Empreendedor (2013), O Microempreendedor Individual (MEI) pode ter um empregado, desde que este ganhe até um salário mínimo ou o piso salarial da profissão. Deve ser preenchido a Guia do FGTS e Informação à Previdência Social (GFIP) que é entregue até o dia 7 de cada mês, através de um sistema chamado Conectividade Social da Caixa Econômica Federal.

Ainda conforme instruções do Portal do empreendedor (2013), ao preencher e entregar a GFIP, o Microempreendedor Individual deve depositar o FGTS, calculado à base de 8% sobre o salário do empregado. Além disso, deverá recolher 3% desse salário para a Previdência Social. Com esse recolhimento, o Microempreendedor Individual protege-se contra reclamações trabalhistas e o seu empregado tem direito a todos os benefícios

previdenciários como, por exemplo, aposentadoria, seguro-desemprego, auxílio por acidente de trabalho, doença ou licença maternidade.

Todas as contas necessárias para esses cálculos são feitas automaticamente pelo sistema GFIP, que deve ser baixado da página da Receita Federal (será aberta uma nova janela) na internet, na parte de download de programas (Portal do Empreendedor, 2013).

Em resumo, o custo total do empregado para o Microempreendedor Individual é 11% do respectivo salário, ou R\$ 74,58, se o empregado ganhar o salário mínimo. O cálculo é sempre feito pelo valor do salário multiplicado por 3% (parte do empregador) e por 8% (parte do empregado). É preciso lembrar também que todos os demais direitos trabalhistas do empregado devem ser respeitados.

Pode-se registrar até um empregado, com baixo custo - 3% de Previdência e 8% de FGTS do salário mínimo por mês, com um valor total de R\$ 74,58. O empregado contribui com 8% do seu salário para a Previdência. Esse benefício permite ao Empreendedor admitir até um empregado a baixo custo, possibilitando desenvolver melhor o seu negócio e crescer (Portal do Empreendedor, 2013).

O Microempreendedor Individual está dispensado de contabilidade e, portanto, não precisa escriturar nenhum livro. No entanto, ele deve guardar as notas de compra de mercadorias, os documentos do empregado contratado e o canhoto das notas fiscais que emitir. Todo ano o Microempreendedor Individual deve declarar o valor do faturamento do ano anterior. A primeira declaração pode ser preenchida pelo próprio Microempreendedor Individual ou pelo contador optante pelo Simples, gratuitamente.

A contabilidade formal como livro diário e razão é dispensada. Também não é preciso ter Livro Caixa. Contudo, o empreendedor deve zelar pela sua atividade e manter um mínimo de controle em relação ao que compra e ao que vende, e quanto está ganhando. Essa organização mínima permite gerenciar melhor o negócio e a própria vida, além de ser importante para crescer e se desenvolver.

Antes de se formalizar, o ambulante, com ou sem lugar fixo, deve verificar na Prefeitura de sua cidade se pode exercer sua atividade no local escolhido. A obtenção do CNPJ, a inscrição na Junta Comercial e o Alvará Provisório não dispensam o atendimento às normas de ocupação dos Municípios, que devem ser observadas e obedecidas.

Embora o Portal do Empreendedor (2013) faça a emissão do documento que autoriza o funcionamento imediato do empreendimento, as declarações do empresário, de que observa as normas e posturas municipais, são fundamentais para que não haja prejuízo à

coletividade e ao próprio empreendedor que, caso não seja fiel ao cumprimento das normas como declarou, estará sujeito a multas, apreensões e até mesmo fechamento do empreendimento e cancelamento do seu registro.

Com o crescimento do empreendimento, caso o faturamento seja superior a R\$ 60.000,00, passará a ser considerada uma Microempresa. A partir daí o pagamento dos impostos passará a ser de um percentual do faturamento por mês, que varia de 4% a 17,42%, dependendo do tipo de negócio e do montante do faturamento. O valor do excesso deverá ser acrescentado ao faturamento do mês de janeiro e os tributos serão pagos juntamente com o DAS referente àquele mês (Portal do Empreendedor, 2013).

No caso de faturamento superior a R\$ 72.000,00, o enquadramento no Simples Nacional é retroativo e o recolhimento sobre o faturamento, conforme explicado na primeira situação, passa a ser feito no mesmo ano em que ocorreu o excesso no faturamento, com acréscimos de juros e multa. Por isso, recomenda-se que o empreendedor, ao perceber que seu faturamento no ano será maior que R\$ 72.000,00, inicie imediatamente o cálculo e o pagamento dos tributos por meio do Programa Gerador de DAS (PGDAS), será aberta, acessando diretamente o Portal do Simples Nacional.

Vale salientar que o Microempreendedor Individual não poderá realizar cessão ou locação de mão-de-obra. Isso significa que o benefício fiscal criado pela Lei Complementar 128/2008 é destinado ao empreendedor, e não à empresa que o contrata. Significa, também, que não há intenção de fragilizar as relações de trabalho, não devendo o instituto ser utilizado por empresas para a transformação em Microempreendedor Individual de pessoas físicas que lhes prestam serviços.

2.6.3. Alteração e Baixa da Inscrição:

Tratando-se da baixa do registro do MEI, é possível fazer alteração dos dados cadastrais ou à baixa do registro do MEI diretamente no Portal do Empreendedor e não tem custo. Basta acessar o formulário correspondente e preencher os dados. O processo é simples e resultado é imediato.

Conforme o Portal do Empreendedor (2013), os procedimentos de alteração ou de baixa são os seguintes:

“Somente serão permitidos, pelo Portal do Empreendedor, os eventos de alteração e baixa de MEI listados abaixo:

- 203 - Exclusão do Título do Estabelecimento (Nome de Fantasia);
- 209 - Alteração de Endereço entre Municípios Dentro do Mesmo Estado;
- 210 - Alteração de Endereço entre Estados;
- 211 - Alteração de Endereço Dentro do Mesmo Município;
- 214 - Alteração do Telefone;
- 218 - Alteração de Correio Eletrônico;
- 219 - Exclusão de Correio Eletrônico;
- 221 - Alteração do Título do Estabelecimento (Nome de Fantasia);
- 244 - Alteração de Atividades Econômicas (Principal e Secundárias);
- 247 - Alteração de Capital social;
- 249 - Alteração da Forma de Atuação;
- 517 - Pedido de Baixa.(Portal do Empreendedor, 2013)”.

O Portal do Empreendedor (2013) enfatiza a importância da entrega da DASN-Simei (Declaração Anual do Simples Nacional - Microempreendedor Individual) de extinção relativa ao período do ano em que o MEI esteve ativo. Também é obrigatório efetuar o pagamento dos valores fixos de todos os meses entre a abertura e a baixa do MEI. As guias (DAS) que são utilizadas para o pagamento dos valores fixos mensais devem ser geradas no PGMEI (Programa Gerador de DAS do Microempreendedor Individual).

2.6.4. Cobertura Previdenciária do MEI

Segundo o Portal do Empreendedor (2013), o MEI oferece cobertura Previdenciária para o empreendedor e sua família (auxílio-doença, aposentadoria por idade, salário-maternidade após carência, pensão e auxílio reclusão), com contribuição mensal reduzida - 5% do salário mínimo, hoje R\$ 33,90.

Com essa cobertura o empreendedor estará protegido em casos de doença, acidentes, além dos afastamentos para dar a luz no caso das mulheres e, após 15 anos, a aposentadoria por idade. A família do empreendedor terá direito à pensão por morte e auxílio-reclusão.

2.6.5. Outras Vantagens do MEI

Com a formalização, o Empreendedor terá condições de obter crédito junto aos Bancos, principalmente Bancos Públicos como Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal e Banco do Nordeste. Esses Bancos dispõem de linhas de financiamento com redução de tarifas e taxas de juros adequadas.

Outra vantagem é a permissão de realizar compras em conjunto, através da formação de consórcio de fins específicos. A Lei faculta a união de Microempreendedores Individuais com vistas à formação de consórcios com o fim específico de realizar compras. Essa medida permite aos empreendedores condições mais vantajosas em preços e condições de pagamento das mercadorias compradas uma vez que o volume comprado será maior (Porta do Empreendedor, 2013).

3. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

3.1. Evolução do MEI no Brasil

O número de Microempreendedores Individuais vem crescendo rapidamente. Isso é demonstrado pelos números pesquisados junto ao Portal do Empreendedor, site governamental responsável pelas inscrições e estatísticas do MEI.

De acordo com a pesquisa realizada com relação ao crescimento do MEI, pode-se notar que houve uma adesão relevante desde a sua criação, através da Lei Complementar Nº 128 de 19 de dezembro de 2008 que institui a figura do Microempreendedor Individual e o seu enquadramento como empresário individual, lei esta, que entrou em vigor a partir de 1º de julho de 2009, consolidando a figura do Microempreendedor Individual no cenário empresarial brasileiro.

Segundo dados do Portal do Empreendedor (2013), no primeiro dia de vigor da lei, 1º de julho de 2009, aderiram a essa nova modalidade empreendedora, um total de 25 (vinte e cinco) empreendedores. Um ano após, a sua criação, este número já alcançava o total de 374.929 (trezentos e quarenta e sete mil, novecentos e vinte e nove) empreendedores. Em julho de 2011 este número aumentou em 337,04% em relação ao ano anterior, perfazendo-se um total de 1.172.660 (um milhão, cento e setenta e dois mil, seiscentos e sessenta) empreendedores. Um ano depois, em 2012, o crescimento foi de 188,39% em relação a 2011. Em 1º de julho de 2013, após 04 anos de vigor da referida lei, o número de microempreendedores individuais já alcançava o total de 3.149.554 (três milhões, cento e quarenta e nove mil, quinhentos e cinquenta e quatro) inscritos.

Os dados desse crescimento podem ser observados no gráfico 1:

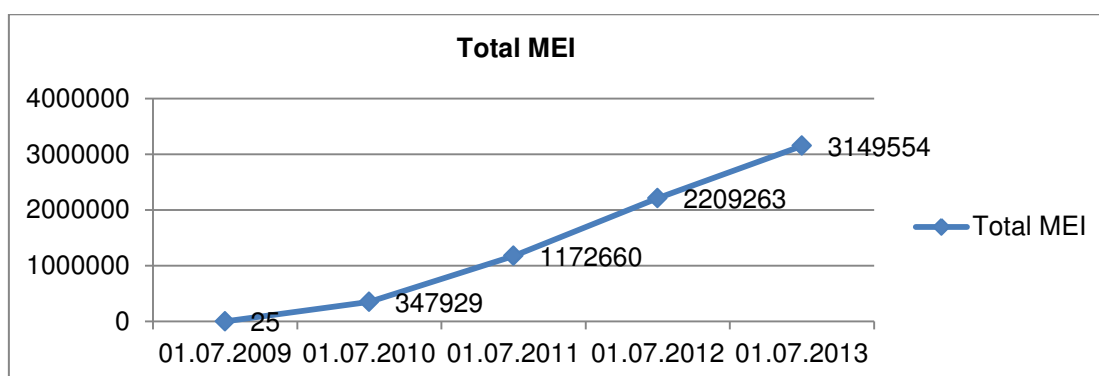


Gráfico 1. Crescimento do MEI no Brasil
Fonte: Portal do Empreendedor (2013)

Conforme o gráfico 1, o número de 3.149.554 (três milhões, cento e quarenta e nove mil, quinhentos e cinquenta e quatro) Microempreendedores está distribuído nas vinte e sete unidades da federação.

Deste total, segundo o Portal do Empreendedor (2013), 52,98% são do sexo masculino e 47,02% são do sexo feminino. O estado de São Paulo é o que mais possui inscrições, com um total de 773.677 (setecentos e setenta e três mil seiscentos e setenta e sete) cadastrados que representam 24,56% do total de microempreendedores individuais no Brasil. Sendo que, 52,67% deste total são do sexo masculino e 47,33% são do sexo feminino. Já o estado de Roraima é o que menos possui microempreendedores inscritos, com um total de 6.758 (seis mil setecentos e cinquenta e oito) cadastros, totalizando 0,21% do total de microempreendedores do Brasil. Destes, 51,62% são do sexo masculino e 48,38% são do sexo feminino.

A tabela 1 demonstra em ordem decrescente os totais de microempreendedores por unidade da federação, seu percentual em relação ao total geral de inscritos no Brasil e a sua distribuição conforme o sexo dos mesmos:

Tabela 1. Distribuição de empreendedores nas UFs por sexo

UNIDADE DA FEDERAÇÃO	TOTAL	% TOTAL	% MASCULINO	% FEMININO
SÃO PAULO	773677	24,56%	52,67%	47,33%
RIO DE JANEIRO	377844	12,00%	52,46%	47,54%
MINAS GERAIS	330146	10,48%	53,03%	46,97%
BAHIA	217744	6,91%	53,28%	46,72%
RIO GRANDE DO SUL	183645	5,83%	52,85%	47,15%
PARANÁ	165222	5,25%	54,72%	45,28%
GOIAS	119878	3,81%	54,87%	45,13%
SANTA CATARINA	106355	3,38%	54,22%	45,78%
PERNAMBUCO	106315	3,38%	54,38%	45,62%
CEARÁ	100959	3,21%	49,80%	50,20%
PARÁ	85873	2,73%	55,32%	44,68%
ESPÍRITO SANTO	81441	2,59%	50,19%	49,81%
MATO GROSSO	62526	1,99%	53,48%	46,52%
DISTRITO FEDERAL	58937	1,87%	51,75%	48,25%
MATO GROSSO DO SUL	49670	1,58%	53,84%	46,16%
MARANHÃO	44223	1,40%	51,51%	48,49%
RIO GRANDE DO NORTE	43012	1,37%	54,40%	45,60%
PARAÍBA	43001	1,37%	54,96%	45,04%
ALAGOAS	40414	1,28%	49,00%	51,00%
AMAZONAS	32978	1,05%	53,88%	46,12%
PIAUÍ	27688	0,88%	50,80%	49,20%

TOCANTINS	26113	0,83%	57,39%	42,61%
RONDONIA	24771	0,79%	54,60%	45,40%
SERGIPE	21859	0,69%	51,49%	48,51%
ACRE	10135	0,32%	51,52%	48,48%
AMAPÁ	8370	0,27%	52,39%	47,61%
RORAIMA	6758	0,21%	51,62%	48,38%
Total MEI em 01/07/2013	3149554	100,00%	52,98%	47,02%

Fonte: Portal do Empreendedor (2013)

A tabela 1 mostra que a maioria dos MEI no Brasil é de homens. O estado com maior número de inscritos é São Paulo e o estado com menor registro na modalidade do MEI é Roraima. Isso é reflexo das economias locais das duas regiões.

Em relação à idade dos microempreendedores individuais os mesmos estão divididos em 08 (oito) faixas etárias, sendo elas, 16 a 17 anos, 18 a 20 anos, 21 a 30 anos, 31 a 40 anos, 41 a 50 anos, 51 a 60 anos, 61 a 70 anos e 70 anos acima. Em pesquisa realizada em agosto de 2013, o total de microempreendedores individuais já atingiam 3.276.372 (três milhões, duzentos e setenta e seis mil, trezentos e setenta e dois) inscritos, sendo que estes estavam distribuídos conforme tabela 2:

Tabela 2. Faixa etária dos microempreendedores

FAIXA_ETARIA	No. MEI	%
16-17	1.140	0,03%
18-20	65.646	2,00%
21-30	841.905	25,70%
31-40	1.070.305	32,67%
41-50	768.822	23,47%
51-60	409.445	12,50%
61-70	99.813	3,05%
Acima de 70	19.296	0,59%
Total Geral	3.276.372	100,00%

Fonte: Portal do Empreendedor (2013)

Em conformidade com a tabela 2, percebe-se que o maior número de microempreendedores está inserido na faixa etária de idade entre 31 a 40 anos, enquanto que a menor parcela dos microempreendedores é da faixa etária entre 16 e 17 anos. A lei diz que a idade mínima para se inscrever no MEI é de 18 anos, sendo que os menores de 18 e maiores de 16 anos que sejam emancipados podem também se inscrever como MEI.

Hoje, conforme o Portal do Empreendedor (2013) existem 691 (seiscentos e noventa e um) tipos de atividades econômicas desenvolvidas pelo MEI. Essas atividades são representadas pelo número do CNAE (Código Nacional de Atividades Econômicas). A

atividade de comércio varejista de artigos de vestuário e acessórios, código CNAE Nº 4781400, é que mais tem inscritos no país, perfazendo-se um total de 339.711 (trezentos e trinta e nove mil setecentos e onze), representando 10,79% do total geral.

A tabela 3 traz os 10 (dez) códigos CNAE mais utilizados pelo MEI no país:

Tabela 3. Os dez códigos CNAEs mais utilizados no País

CNAE	DISCRIMINAÇÃO	TOTAL	%
4781400	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	339711	10,79%
9602501	Cabeleireiros	228456	7,25%
4399103	Obras de alvenaria	107498	3,41%
5611203	Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares	93809	2,98%
4712100	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	88340	2,80%
9602502	Outras atividades de tratamento de beleza	83661	2,66%
5611202	Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas	78615	2,50%
4321500	Instalação e manutenção elétrica	61624	1,96%
5620104	Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar	60524	1,92%
4772500	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	57503	1,83%

Fonte: Portal do Empreendedor (2013)

Segundo informações do Portal do Empreendedor (2013), o código CNAE mais utilizado no país é o código 4781400 (comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios), seguido pelos códigos 9602501 (cabelereiros) e 4399103 (obras de alvenaria), respectivamente.

3.2. Aspectos do MEI na Paraíba

Não diferente do restante do país pode se observar que na Paraíba a modalidade do Microempreendedor Individual vem numa crescente evolução desde a sua criação até a atualidade. Isso é demonstrado através de informações colhidas junto ao Portal do Empreendedor (2013), que informa existência do MEI em todos os 223 (duzentos e vinte três) municípios da Paraíba, perfazendo-se um total de 43.001 (quarenta e três mil e um) inscritos até julho de 2013. As cidades que mais possuem Microempreendedores Individuais são João Pessoa e Campina Grande, com 28,90% e 14,82% respectivamente. Por outro

lado, os municípios que possuem menos inscritos são Veirópolis e Mato Grosso, com 0,01% cada um.

A tabela 4 evidencia o total de MEI em todo o estado da Paraíba, dividido por cidades:

Tabela 4. Distribuição do MEI na Paraíba

MUNICÍPIO	TOTAL	%
AGUA BRANCA	44	0,10%
AGUIAR	20	0,05%
ALAGOA GRANDE	343	0,80%
ALAGOA NOVA	142	0,33%
ALAGOINHA	99	0,23%
ALCANTIL	13	0,03%
ALGODAO DE JANDAIRA	10	0,02%
ALHANDRA	90	0,21%
AMPARO	20	0,05%
APARECIDA	55	0,13%
ARACAGI	125	0,29%
ARARA	82	0,19%
ARARUNA	190	0,44%
AREIA	253	0,59%
AREIA DE BARAUNAS	7	0,02%
AREIAL	70	0,16%
AROEIRAS	94	0,22%
ASSUNCAO	45	0,10%
BAIA DA TRAIÇAO	59	0,14%
BANANEIRAS	231	0,54%
BARAUNA	50	0,12%
BARRA DE SANTA ROSA	92	0,21%
BARRA DE SANTANA	20	0,05%
BARRA DE SAO MIGUEL	33	0,08%
BAYEUX	1410	3,28%
BELEM	343	0,80%
BELEM DO BREJO DO CRUZ	59	0,14%
BERNARDINO BATISTA	13	0,03%
BOA VENTURA	32	0,07%
BOA VISTA	38	0,09%
BOM JESUS	11	0,03%
BOM SUCESSO	31	0,07%
BONITO DE SANTA FE	98	0,23%
BOQUEIRAO	123	0,29%
BORBOREMA	42	0,10%
BREJO DO CRUZ	85	0,20%

BREJO DOS SANTOS	27	0,06%
CAAPORA	194	0,45%
CABACEIRAS	26	0,06%
CABEDELO	673	1,57%
CACHOEIRA DOS INDIOS	32	0,07%
CACIMBA DE AREIA	14	0,03%
CACIMBA DE DENTRO	156	0,36%
CACIMBAS	35	0,08%
CAICARA	65	0,15%
CAJAZEIRAS	503	1,17%
CAJAZEIRINHAS	17	0,04%
CALDAS BRANDAO	66	0,15%
CAMALAU	45	0,10%
CAMPINA GRANDE	6374	14,82%
CAMPO DE SANTANA	48	0,11%
CAPIM	29	0,07%
CARAUBAS	15	0,03%
CARRAPATEIRA	7	0,02%
CASSERENGUE	29	0,07%
CATINGUEIRA	12	0,03%
CATOLE DO ROCHA	268	0,62%
CATURITE	39	0,09%
CONCEICAO	122	0,28%
CONDADO	47	0,11%
CONDE	265	0,62%
CONGO	32	0,07%
COREMAS	109	0,25%
COXIXOLA	16	0,04%
CRUZ DO ESPIRITO SANTO	71	0,17%
CUBATI	96	0,22%
CUITE	222	0,52%
CUITE DE MAMANGUAPE	24	0,06%
CUITEGI	69	0,16%
CURRAL DE CIMA	12	0,03%
CURRAL VELHO	7	0,02%
DAMIAO	47	0,11%
DESTERRO	73	0,17%
DIAMANTE	44	0,10%
DONA INES	105	0,24%
DUAS ESTRADAS	31	0,07%
EMAS	11	0,03%
ESPERANCA	350	0,81%
FAGUNDES	41	0,10%
FREI MARTINHO	46	0,11%

GADO BRAVO	8	0,02%
GUARABIRA	772	1,80%
GURINHEM	71	0,17%
GURJAO	28	0,07%
IBIARA	33	0,08%
IGARACY	27	0,06%
IMACULADA	22	0,05%
INGA	82	0,19%
ITABAIANA	313	0,73%
ITAPORANGA	250	0,58%
ITAPOROROCA	87	0,20%
ITATUBA	36	0,08%
JACARAU	121	0,28%
JERICO	52	0,12%
JOAO PESSOA	12427	28,90%
JUAREZ TAVORA	38	0,09%
JUAZEIRINHO	175	0,41%
JUNCO DO SERIDO	72	0,17%
JURUPIRANGA	99	0,23%
JURU	80	0,19%
LAGOA	23	0,05%
LAGOA DE DENTRO	62	0,14%
LAGOA SECA	191	0,44%
LASTRO	4	0,01%
LIVRAMENTO	34	0,08%
LOGRADOURO	19	0,04%
LUCENA	233	0,54%
MAE D AGUA	7	0,02%
MALTA	43	0,10%
MAMANGUAPE	465	1,08%
MANAIRA	60	0,14%
MARCACAO	26	0,06%
MARI	230	0,53%
MARIZOPOLIS	21	0,05%
MASSARANDUBA	54	0,13%
MATARACA	53	0,12%
MATINHAS	12	0,03%
MATO GROSSO	1	0,00%
MATUREIA	34	0,08%
MOGEIRO	54	0,13%
MONTADAS	43	0,10%
MONTE HOREBE	46	0,11%
MONTEIRO	484	1,13%
MULUNGU	51	0,12%

NATUBA	17	0,04%
NAZAREZINHO	16	0,04%
NOVA FLORESTA	208	0,48%
NOVA OLINDA	37	0,09%
NOVA PALMEIRA	67	0,16%
OLHO D AGUA	34	0,08%
OLIVEDOS	25	0,06%
OURO VELHO	30	0,07%
PARARI	29	0,07%
PASSAGEM	11	0,03%
PATOS	1653	3,84%
PAULISTA	46	0,11%
PEDRA BRANCA	13	0,03%
PEDRA LAVRADA	50	0,12%
PEDRAS DE FOGO	232	0,54%
PEDRO REGIS	17	0,04%
PIANCO	84	0,20%
PICUI	311	0,72%
PILAR	69	0,16%
PILOES	60	0,14%
PILOEZINHOS	18	0,04%
PIRPIRITUBA	98	0,23%
PITIMBU	95	0,22%
POCINHOS	153	0,36%
POCO DANTAS	6	0,01%
POCO DE JOSE DE MOURA	22	0,05%
POMBAL	448	1,04%
PRATA	106	0,25%
PRINCESA ISABEL	176	0,41%
PUXINANA	70	0,16%
QUEIMADAS	445	1,03%
QUIXABA	8	0,02%
REMIGIO	180	0,42%
RIACHAO	30	0,07%
RIACHAO DO BACAMARTE	9	0,02%
RIACHAO DO POCO	8	0,02%
RIACHO DE SANTO ANTONIO	10	0,02%
RIACHO DOS CAVALOS	57	0,13%
RIO TINTO	182	0,42%
SALGADINHO	9	0,02%
SALGADO DE SAO FELIX	59	0,14%
SANTA CECILIA	23	0,05%
SANTA CRUZ	34	0,08%
SANTA HELENA	33	0,08%

SANTA INES	17	0,04%
SANTA LUZIA	161	0,37%
SANTA RITA	1484	3,45%
SANTA TERESINHA	26	0,06%
SANTANA DE MANGUEIRA	6	0,01%
SANTANA DOS GARROTES	17	0,04%
SANTAREM	11	0,03%
SANTO ANDRE	16	0,04%
SAO BENTINHO	32	0,07%
SAO BENTO	191	0,44%
SAO DOMINGOS DE POMBAL	6	0,01%
SAO DOMINGOS DO CARIRI	4	0,01%
SAO FRANCISCO	18	0,04%
SAO JOAO DO CARIRI	77	0,18%
SAO JOAO DO RIO DO PEIXE	126	0,29%
SAO JOAO DO TIGRE	23	0,05%
SAO JOSE DA LAGOA TAPADA	27	0,06%
SAO JOSE DE CAIANA	20	0,05%
SAO JOSE DE ESPINHARAS	20	0,05%
SAO JOSE DE PIRANHAS	157	0,37%
SAO JOSE DE PRINCESA	7	0,02%
SAO JOSE DO BONFIM	11	0,03%
SAO JOSE DO BREJO DO CRUZ	6	0,01%
SAO JOSE DO SABUGI	24	0,06%
SAO JOSE DOS CORDEIROS	11	0,03%
SAO JOSE DOS RAMOS	24	0,06%
SAO MAMEDE	49	0,11%
SAO MIGUEL DE TAIPU	21	0,05%
SAO SEBASTIAO DE LAGOA DE ROCA	85	0,20%
SAO SEBASTIAO DO UMBUZEIRO	23	0,05%
SAPE	470	1,09%
SERIDO	111	0,26%
SERRA BRANCA	100	0,23%
SERRA DA RAIZ	22	0,05%
SERRA GRANDE	15	0,03%
SERRA REDONDA	24	0,06%
SERRARIA	30	0,07%
SERTAOZINHO	46	0,11%
SOBRADO	30	0,07%
SOLANEA	378	0,88%
SOLEDADE	288	0,67%
SOSSEGO	15	0,03%
SOUSA	613	1,43%
SUME	240	0,56%

TAPEROA	140	0,33%
TAVARES	122	0,28%
TEIXEIRA	88	0,20%
TENORIO	10	0,02%
TRIUNFO	49	0,11%
UIRAUNA	134	0,31%
UMBUZEIRO	18	0,04%
VARZEA	20	0,05%
VIEIROPOLIS	4	0,01%
VISTA SERRANA	9	0,02%
ZABELE	8	0,02%
Total Geral de MEI até 01/07/2013	43001	100,00%

Fonte: Portal do Empreendedor (2013)

Quanto ao genero dos MEI cadastrados, na Paraíba, existem 54,96% de homens e 45,04% de mulheres, distribuídos na faixa etária de idade entre os 16 a acima de 70 anos. Sendo que, os que se encontram na faixa etária entre 31 e 40 anos são os que mais possuem inscrições, atingindo um percentual de 32,93% do total geral de MEI inscritos na Paraíba. Os gráficos 2 e 3 demonstram respectivamente a divisão de MEI por sexo e por faixa etária.



Gráfico 2. Distribuição do MEI na Paraíba por sexo

Fonte: Portal do Empreendedor (2013)

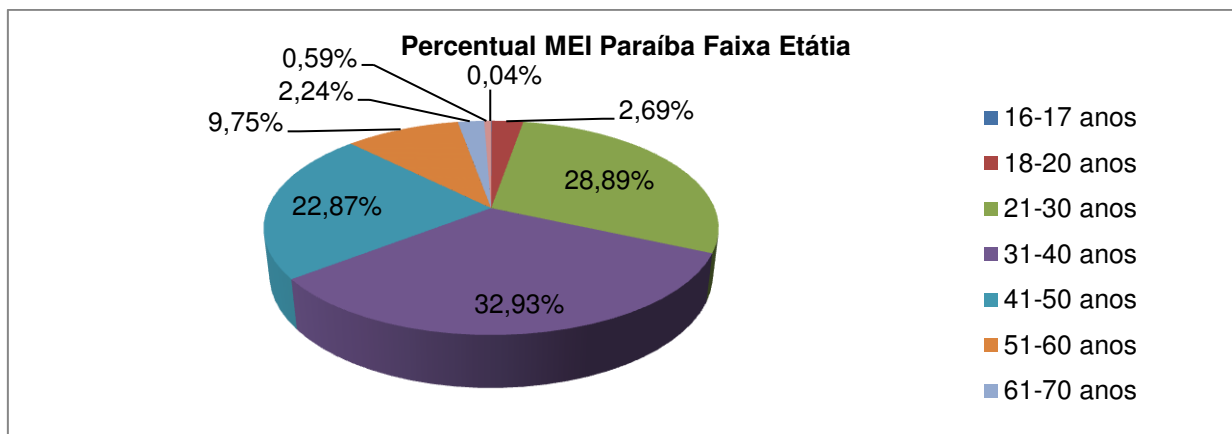


Gráfico 3. Percentual de MEI inscritos na Paraíba por faixa etária
Fonte: Portal do Empreendedor (2013)

Com relação às atividades econômicas esta modalidade possui 363 tipos de CNAE's no Estado da Paraíba. Sendo que à atividade de comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios é a que mais possuem inscritos, atingindo 12,30% do total de MEI no estado.

A tabela 5 expõe as dez atividades mais exercidas pelo MEI na Paraíba:

Tabela 5. As 10 atividades mais exercidas do MEI na Paraíba

CNAE	DESCRICAO CNAE	TOTAL	%
4781400	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	5348	12,30%
4712100	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	2748	6,32%
9602501	Cabeleireiros	2618	6,02%
5611203	Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares	1354	3,12%
4755502	Comercio varejista de artigos de armarinho	1292	2,97%
4723700	Comércio varejista de bebidas	1037	2,39%
4772500	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	1034	2,38%
9511800	Reparação e manutenção de computadores e de equipamentos periféricos	748	1,72%
5611202	Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas	729	1,68%
5611201	Restaurantes e similares	704	1,62%

Fonte: Portal do Empreendedor (2013)

Percebe-se, que não diferente do restante Brasil, a atividade mais exercida na Paraíba é a de código 4714000 (Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios). Segundo o Portal do Empreendedor (2013), são 5348 (cinco mil trezentos e quarenta e oito) inscritos nessa categoria.

3.3. Aspectos do MEI na cidade de Sousa-PB

Com relação à evolução do MEI na cidade de Sousa-PB, os dados demonstram que o crescimento desta na modalidade no município acompanha praticamente os mesmos índices do país, ficando demonstrado no gráfico 4:

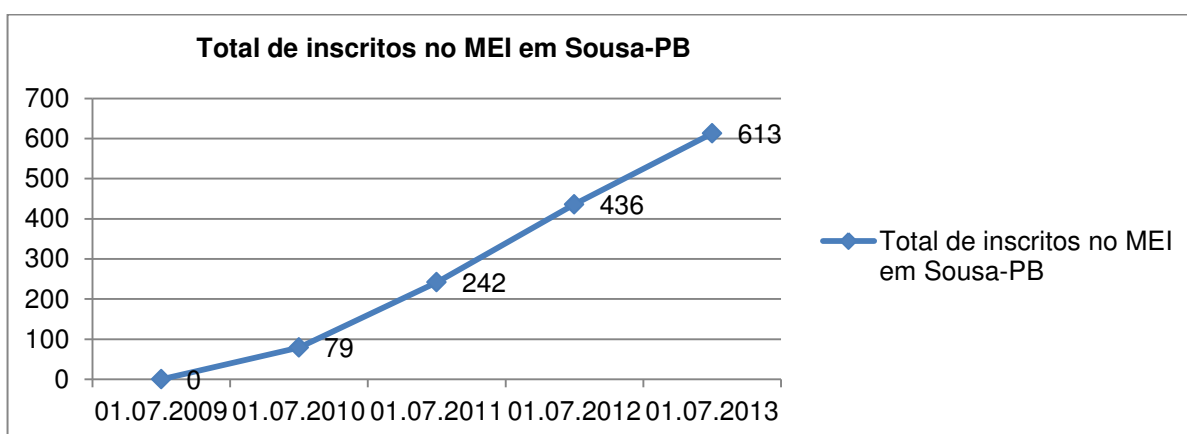


Gráfico 4. Total de inscritos no MEI em Sousa-PB
Fonte: Portal do Empreendedor (2013)

No primeiro mês de vigência da lei que institui o MEI, na cidade de Sousa não houve nenhuma adesão à referida modalidade. Um ano após a data da criação do MEI, o número de inscritos era de 79 (setenta e nove) cadastrados. No mesmo período de 2011 e 2012, esses números eram de 242 (duzentos e quarenta e dois) e 436 (quatrocentos e trinta e seis), respectivamente.

Em julho de 2013, período da pesquisa, o município de Sousa-PB possuía um total de 613 (seiscentos e treze) inscritos na modalidade do MEI. Sendo que destes, 58,07% são homens e 41,93% são mulheres. Ainda com base nesse total de MEI, a faixa etária dos cadastrados em Sousa-PB é de 18 a acima de 70 anos. Sendo que, a faixa etária entre 31 e 40 anos é a que mais possuem inscritos, com um total de 33,07%. Esses dados são demonstrados nos gráficos 5 e 6:

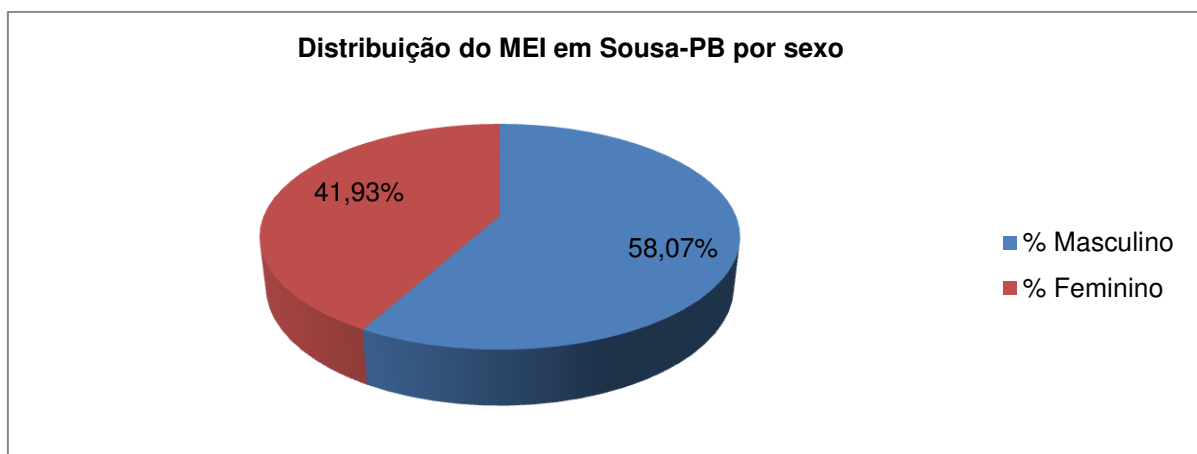


Gráfico 5. Distribuição do MEI em Sousa-PB por sexo
Fonte: Porta do Empreendedor (2013)

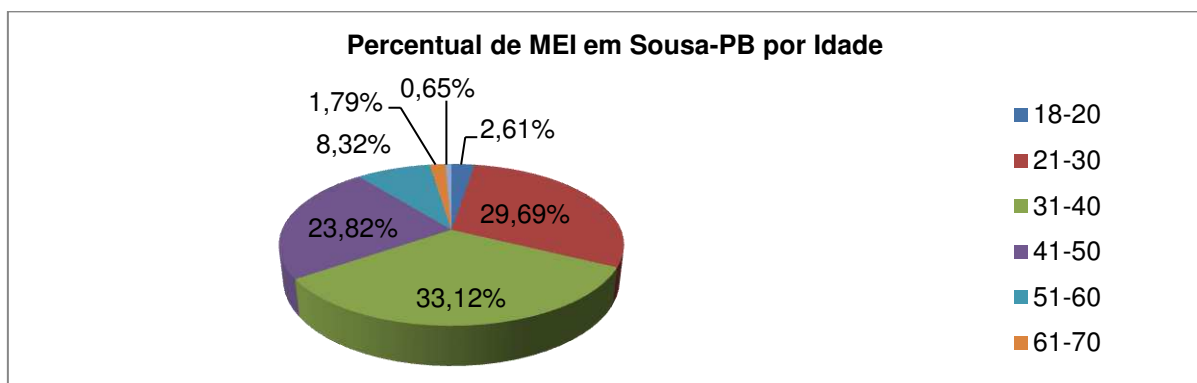


Gráfico 6. Percentual de MEI em Sousa-PB por idade
Fonte: Portal do Empreendedor (2013)

Já com base no CNAE, percebe-se que existem 134 tipos de atividades cadastradas em Sousa-PB. A atividade com maior número de inscritos segue o mesmo padrão tanto no nível de estado quanto a nível nacional, sendo ela a de comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios com 12,40% do total de inscritos no município. Os 10 códigos mais utilizados seguem na tabela 6:

Tabela 6. As 10 atividades mais exercidas do MEI em Sousa-PB

CODIGO CNAE	DESCRICAO CNAE	TOTAL	% por CNAE
4781400	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	76	12,40%
9602501	Cabeleireiros	46	7,50%
4712100	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	32	5,22%
4399103	Obras de alvenaria	23	3,75%
4923001	Serviço de táxi	20	3,26%

4755502	Comercio varejista de artigos de armarinho	20	3,26%
5611203	Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares	17	2,77%
4772500	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	16	2,61%
4723700	Comércio varejista de bebidas	15	2,45%
4755503	Comercio varejista de artigos de cama, mesa e banho	13	2,12%

Fonte: Portal do Empreendedor (2013)

Mais uma vez, destaca-se a grande parcela de MEI inscritos com o código 4781400 (comércio de artigos do vestuário e acessórios). Dessa vez, na cidade de Sousa-PB. Na referida cidade, o total de Microempreendedores com o citado código, representa 12,40%, totalizando 76 (setenta e seis) empreendedores.

3.4. Análise da Entrevista

A pesquisa feita junto ao Portal do Empreendedor (2013) deu subsídios para a escolha dos empreendedores no que concerne a análise da Gestão Empreendedora e Planejamento financeiro do MEI. De acordo com a pesquisa inicial foi detectado que a atividade econômica de comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios é a que mais possui Microempreendedores inscritos, tanto a nível nacional quanto a nível estadual e do município de Sousa. No município citado existem 76 inscritos na atividade econômica acima exposta, sendo entrevistados cerca de 20% dos Microempreendedores cadastrados nesta atividade, perfazendo-se um total de 15 entrevistados.

Lastreada nestas características, transcreve-se a exposição do questionário aplicado aos Microempreendedores Individuais com base nos objetivos da pesquisa.

O questionário foi dividido em três partes. Na primeira, abordou-se o tema gestão da empresa, na segunda, as competências empreendedorais, por fim, na terceira parte, o questionário deu ênfase ao planejamento financeiro.

No que concerne à gestão da empresa, a primeira pergunta questiona quanto ao tempo de atuação como empreendedor e com registro no MEI. Os gráficos 7 e 8 expõem em percentuais os dados obtidos:

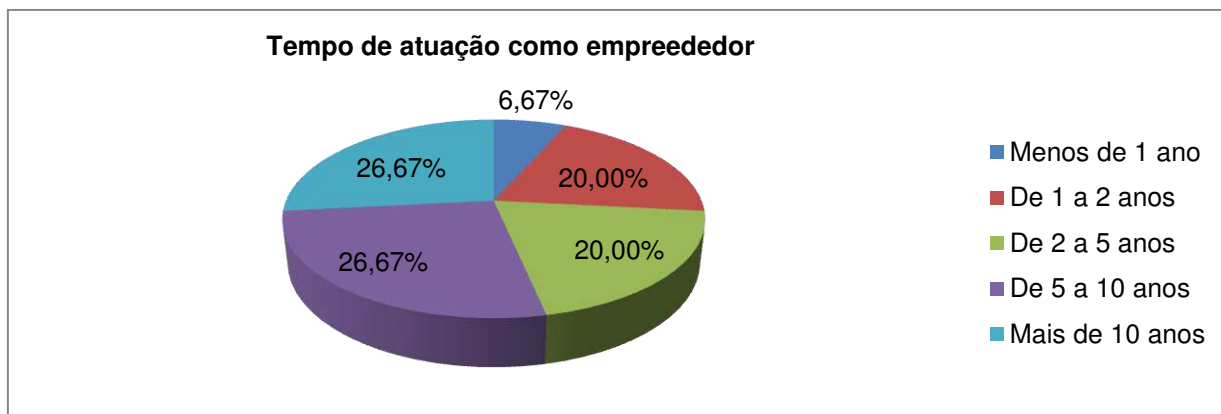


Gráfico 7. Tempo de atuação como empreendedor
Fonte: Dados da Pesquisa (2013)

Os resultados mostram que 53,34% dos empreendedores estão a mais de cinco anos no mercado, observando-se que são pessoas que possuem experiência dentro da atividade no que concerne ao tempo como empreendedor.

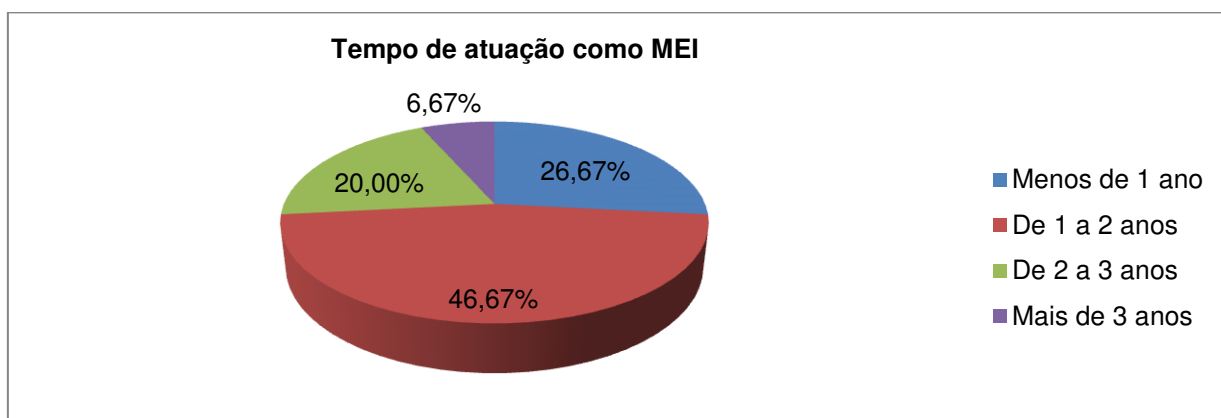


Gráfico 8. Tempo de atuação como MEI
Fonte: Dados da Pesquisa (2013)

No gráfico 7, pode-se notar que a adesão dos empreendedores do município de Sousa-PB ao MEI, acompanha o crescimento desta modalidade a nível nacional. Mostra também que à maioria dos empreendedores já trabalhavam na área antes de se cadastrarem como MEI, ou seja, era empreendedores que viviam na informalidade se se formalizaram com o advento da modalidade Microempreendedor Individual.

Na segunda questão foi indagado se os microempreendedores sempre exerceram a função de empreendedor ou exerceram outra atividade anterior e quais essas atividades exercidas anteriormente. Os resultados estão reportados no gráfico 9.

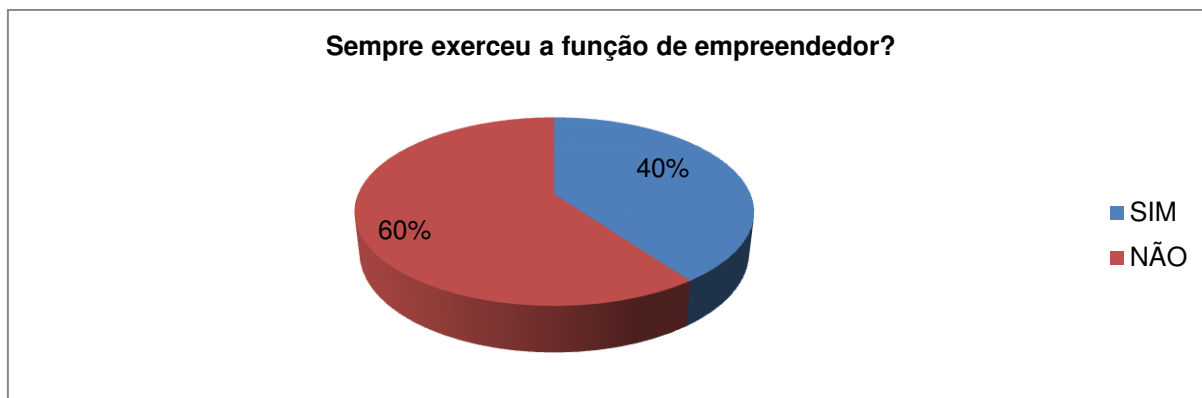


Gráfico 9. Sempre exerceu a função de empreendedor
Fonte: Dados da Pesquisa (2013)

As respostas obtidas através da questão número 02 mostra que a maioria dos entrevistados sempre exerceu a função de empreendedor. Já os que não eram empreendedores antes do MEI exerciam atividades diferentes, sendo elas evidenciadas no gráfico 10:

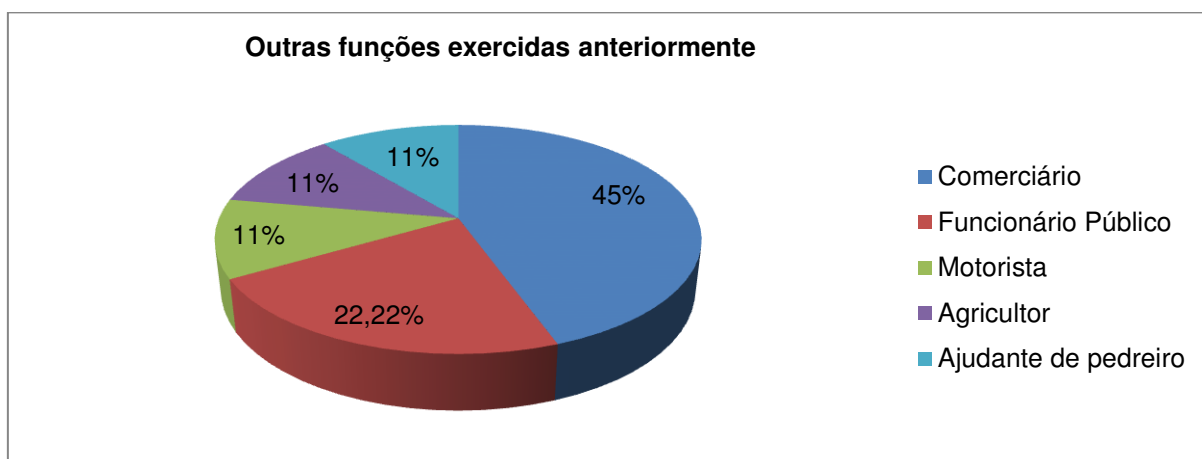


Gráfico 10. Outras funções exercidas anteriormente
Fonte: Dados da Pesquisa (2013)

Conforme resultado, dos 9 (nove) entrevistados, 4 (quatro) foram comerciantes, 2 (dois) foram funcionários públicos, 1 (um) foi motorista, 1 (um) agricultor e o outro, ajudante de pedreiro. Estes números mostram que a maioria dos Microempreendedores que exercia outra profissão não tinha nenhuma experiência em atividades empreendedoras, enquanto que 45% destes empreendedores, de certa forma conheciam na prática alguns funcionamentos de empreendedorismo, por terem trabalhado diretamente na atividade como comerciante.

Ainda na primeira parte do questionário, a terceira pergunta tratou de saber dos empreendedores quanto à estrutura de suas empresas, se estas possuem empregados legalizados. Todos afirmaram que não possuem funcionários devidamente legalizados.

Passando para segunda parte do questionário, referente às competências empreendedorais, a quarta questão visava saber a preocupação quanto á atualização através de cursos de aprimoramento como empreendedor, conforme gráfico 11.

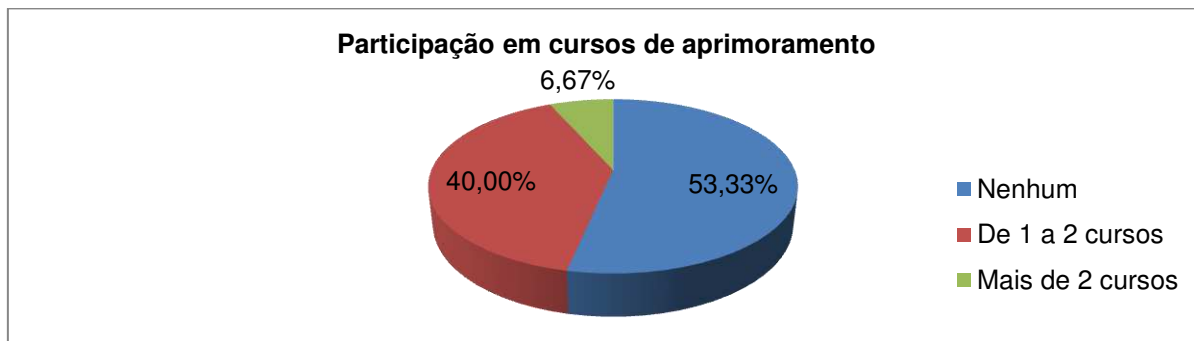


Gráfico 11. Participação em cursos de aprimoramento
Fonte: Dados da Pesquisa (2013)

Dos 15 (quinze) entrevistados, 9 (nove) disseram que se preocupam em buscar um melhor aprimoramento. Os outros 6 (seis) disseram que não possuem essa preocupação. Na mesma questão, foi abordado no que concerne ao total de cursos que os empreendedores já participaram. Destes, 8 (oito) afirmaram não ter participado de nenhum curso, 6 (seis) disseram ter participado de 1 a 2 cursos e 1 (um) afirmou ter participado de mais de 2 cursos

O resultado deste questionamento mostra que ainda é grande o desinteresse dos empreendedores em busca da aquisição de experiência através de treinamentos corporativos, treinamentos esses que são de vital importância para o aprimoramento de uma boa gestão empreendedora.

Posteriormente, na quinta questão, perguntou-se aos entrevistados se os mesmos possuem bons relacionamentos com seus clientes e fornecedores. Todos responderam que possuem ótimas relações, tanto com seus clientes, assim como com seus fornecedores. Segundo os mesmos, isso acontece devido ao bom atendimento aos clientes e cumprimento dos prazos de pagamentos para com os fornecedores.

Logo depois, a questão 6 visou saber se os empreendedores possuíam participação em associações ou entidades de classe relacionadas. Todos afirmaram que não participavam de nenhuma associação ou classe.

A questão 7 tratou de saber dos empreendedores, se os mesmos possuem conhecimento do negócio que exercem. Segundo os entrevistados, 6 (seis) possuem pleno conhecimento do negócio que exercem, enquanto os demais não possuem conhecimento total das suas atividades. Dos que responderam que sim, 3 (três) disseram que o seu conhecimento

decorre do tempo de mercado na atividade e os outros 3 (três) afirmaram que é pelo atendimento às necessidades de seus clientes. Os gráficos 12 e 13 esses resultados:

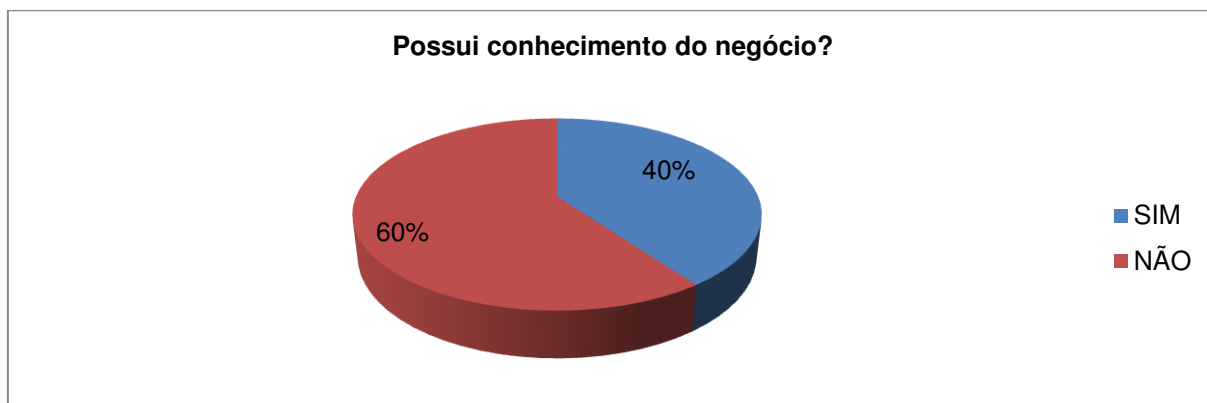


Gráfico 12. Conhecimento do negócio
Fonte: Dados da Pesquisa (2013)

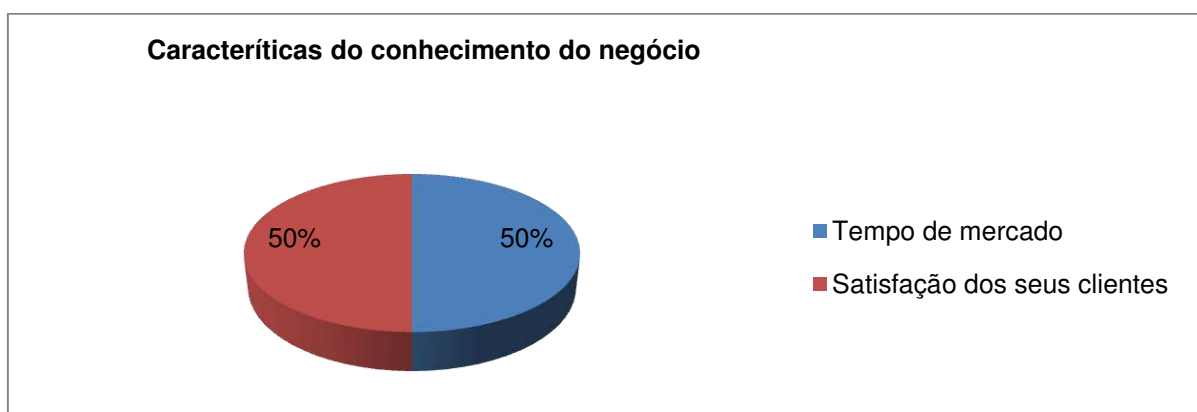


Gráfico 13. Principais características do conhecimento de seus negócios
Fonte: Dados da Pesquisa

Analisando a pergunta anterior percebe-se que a maioria dos entrevistados não possui experiência quanto ao negócio que exercem. Demonstra-se que a falta de participação em cursos e treinamentos sobre a atividade exercida faz com que estes empreendedores não adquiram conhecimentos, dificultando o crescimento dos seus negócios. Já os que afirmam ter pleno conhecimento de seus negócios, atribuem que esse conhecimento é advindo do tempo de mercado e da satisfação das necessidades de seus clientes.

Em seguida, na questão 8, foi abordado a pretensão do crescimento nos negócios e a mudança de modalidade empreendedora. A resposta obtida foi que, todos pretende expandir os seus negócios. Percebe-se aí que todos buscam aumentar o nível de suas atividades.

A terceira parte da entrevista aborda ao tema Planejamento Financeiro dos empreendedores. A questão 9 preocupou-se em saber se os microempreendedores possuem algum planejamento formal (por escrito) de seu negócio. A resposta para essa indagação foi unânime. Todos responderam que não possuem nenhum planejamento formal, o que mostra certa desorganização por parte dos mesmos em relação ao planejamento de suas finanças.

A questão de número 10 questiona se os microempreendedores possuem Contador, conforme gráfico 14.

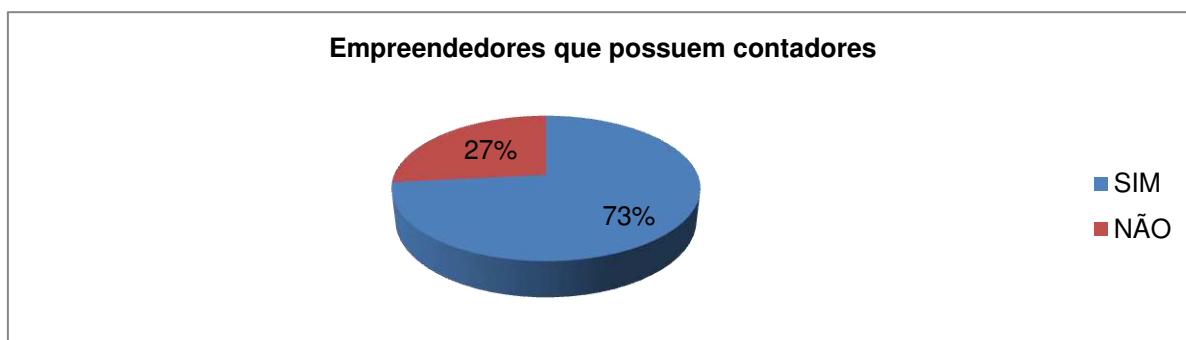


Gráfico 14. Empreendedores que possuem contadores
Fonte: Dados da Pesquisa (2013)

Dos entrevistados, 11 (onze) responderam que possuem contadores e 4 (quatro) afirmaram que não possuem. Daqueles que possuem Contador, 2 (dois) afirmaram que o serviço prestados pelos mesmos é de assessoria contábil e de elaboração de projetos financeiros. Os outros 9 disseram que o único serviço desempenhado pela contabilidade é de fornecimento da DARF (documento de arrecadação de receitas federais) para recolhimento de impostos e apuração de resultado no final do exercício.

Dentro do gerenciamento financeiro de uma empresa se faz necessário a presença do contador, pois este no exercício da profissão deve atender aos seus clientes dando-lhes conhecimento quanto à situação financeira dos seus empreendimentos fornecendo-lhes informações que facilitem na tomada de decisão.

Na questão 11, em relação ao controle de contas a receber, foi questionado aos empreendedores como era feito o controle destas, por parte dos mesmos. Dos empreendedores entrevistados, 10 (dez) responderam que fazem anotações das contas a receber de forma manual, em blocos de anotações. Outros 4 (quatro), fazem o uso de planilhas básicas em computadores. E apenas 1 (um), faz o uso de *software* específico para o controle de recebíveis. O gráfico 15 abaixo faz a relação percentual das respostas da referida questão:

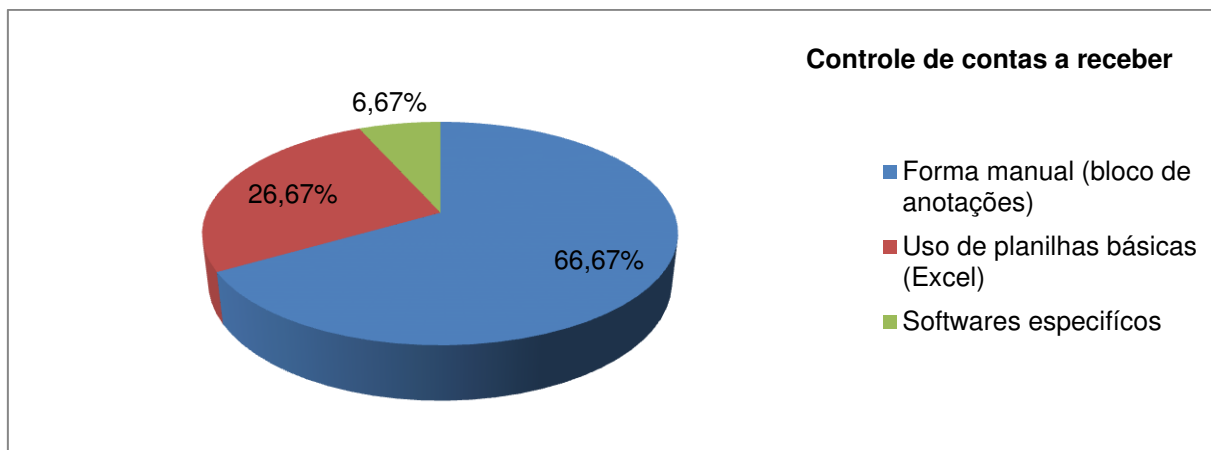


Gráfico 15. Controle de contas a receber

Fonte: Dados da Pesquisa (2013)

Percebe-se que o controle de contas a receber ainda é feito de forma rústica pelos empreendedores, dificultando o melhor controle no que concerne aos recebíveis, como por exemplo, o acompanhamento para se traçar o perfil de seus clientes quanto a sua qualidade na quitação de seus débitos.

Logo depois, a questão 12 tratou de saber se os empreendedores são conhecedores dos índices liquidez, endividamento e rentabilidade dos seus negócios. Todos responderam para essa indagação que não tinham conhecimento de tais índices sobre as suas atividades.

A questão 13 visa verificar se a empresa elabora demonstrativos contábil-financeiros (Balanço Patrimonial, DRE, Demonstração do Fluxo de Caixa, etc.) e todos os entrevistados afirmaram que não elaboram os referidos demonstrativos.

A não elaboração dos demonstrativos contábil-financeiros reforça mais ainda a falta de conhecimento por parte dos empreendedores na sua gestão financeira, assim como a carência na assistência dos contadores para com os mesmos.

Na questão de número de 14, os empreendedores foram indagados se possuem contas bancárias para a suas pessoas jurídicas. Dos entrevistados, 4 (quatro) afirmaram que sim, ou seja, possuem contas pessoa jurídica, e 11 (onze) não possuem, trabalhando assim com contas bancárias de titularidade de suas pessoas físicas. O gráfico 16 mostra os percentuais dos empreendedores que tem contas bancárias:



Gráfico 16. Empreendedores que possuem conta pessoa jurídica
Fonte: Dados da Pesquisa (2013)

Por último, na questão 15 do questionário, foi indagado aos empreendedores sobre a utilização de capital de terceiros, ou seja, se os mesmos fazem financiamentos e qual a forma prevista para a quitação dos débitos decorrentes desses empréstimos. Das respostas obtidas, 13 (treze) afirmaram que possuem financiamentos e que pretendem pagar com o aumento de suas vendas de mercadorias aos seus clientes. Os outros 2 (dois) não possuem financiamentos e trabalham usando capital próprio. O gráfico 17 representa a referida questão:

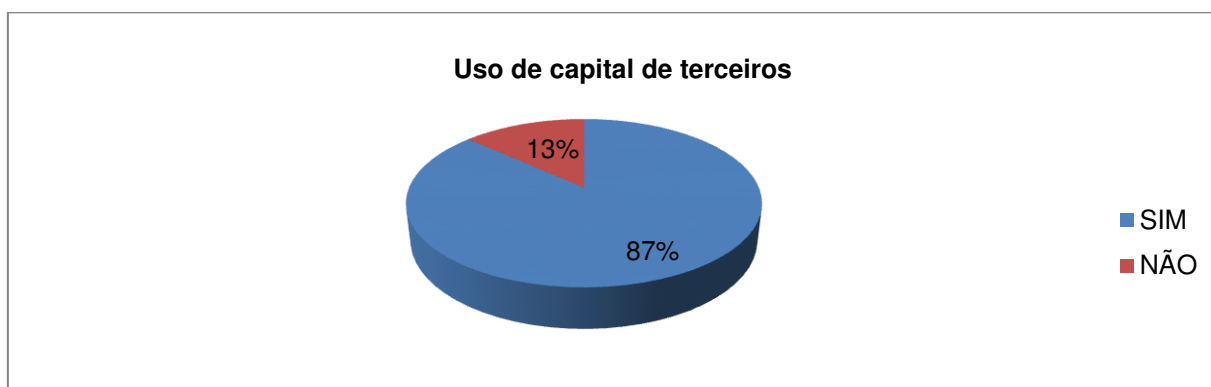


Gráfico 17. Uso de capital de terceiros
Fonte: Dados da Pesquisa (2013)

Com estes resultados apresentados nos gráficos 16 e 17, nota-se que a maioria destes empreendedores usa capital de terceiros em nome de pessoa física, não usando a pessoa jurídica como meio de captação de recursos. Isso fica caracterizado em função de 73% dos entrevistados não possuírem se quer conta bancária pessoa jurídica.

A pesquisa juntamente aos empreendedores caracterizou uma falta de organização quanto ao planejamento financeiro das empresas entrevistadas. Segundo Gitman (2004), o

planejamento financeiro é um dos aspectos importantes para funcionamento e sustentação de uma empresa, pois fornece roteiros para dirigir, coordenar e controlar suas ações na consecução de seus objetivos.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscou-se através deste trabalho monográfico, demonstrar a situação da gestão empreendedora e o planejamento financeiro dos empreendedores cadastrados como Microempreendedor Individual do município de Sousa-PB. Para isso foi necessário verificar os dados cadastrais desta modalidade empreendedora junto ao Portal do Empreendedor (2013), site governamental responsável pelo cadastramento e controle do MEI, onde com isso facilitou na escolha do público amostral desta pesquisa.

Os números obtidos através deste estudo no que concerne ao MEI deixam evidente que esta atividade empreendedora está consolidada nos meios econômicos do país. Isso fica caracterizado pelo crescimento desta modalidade, onde em apenas quatro anos de existência, já possuía, em julho de 2013, 3.149.554 (três milhões cento e quarenta e nove mil quinhentos e cinquenta e quatro) pessoas que aderiram ao MEI.

Evidenciou-se também que a Paraíba segue o mesmo ritmo de crescimento do MEI em relação ao país. O mesmo acontecendo com o município de Sousa-PB que possui 134 (cento e trinta e quatro) tipos de atividade econômica com 613 (seiscentos e treze) empreendedores cadastrados junto ao MEI. Sendo a atividade econômica de comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios a mais explorada. Atividade esta que serviu como base de estudo desta pesquisa.

De acordo com a pesquisa feita junto aos empreendedores cadastrados no MEI no município de Sousa-PB, a maioria destes já exercia a função de empreendedor antes da existência da modalidade do MEI. Onde 53,34% destes empreendedores já estão no mercado a mais de 05 (cinco) anos. Caracterizando com isso certa experiência no mercado. É importante destacar o envolvimento de empreendedores do sexo feminino que já atinge 41,93% do total de MEI na cidade de Sousa-PB.

Os dados coletados junto aos entrevistados não são favoráveis quanto à gestão financeira destes empreendedores, pois os mesmos demonstram uma utilização informal do planejamento financeiro, caracterizada pela prática de controle de contas a pagar e a receber, onde mais de um terço dos entrevistados ainda utiliza a forma manual para o registro destas contas. Forma esta propensa à grande ocorrência de erros.

Outro dado negativo é a não elaboração dos demonstrativos contábil-financeiros. Ocorrência essa que demonstra a carência destes empreendedores quanto à falta de assessoria por parte do setor contábil, causando a falta de informação para a tomada de decisão.

Destaca-se também o uso inadequado de capital de terceiros, onde fica demonstrado que a maioria destes empreendedores utiliza-se da pessoa física como meio de obtenção de capital para investimento nas suas atividades, não se distinguindo da pessoa jurídica. Isso fica provado pelo baixo número de empreendedores que possui conta corrente pessoa jurídica.

Entende-se que a desestruturação do planejamento financeiro destes empreendedores é proveniente da falta de informação de como se trabalhar financeiramente de forma organizada, isso fica caracterizado na pouca participação em cursos de aprimoramento. A maioria desses empreendedores, diz ser conhecedores do mercado, conhecimento esse que demonstra ser apenas superficial quando os que afirmam conhecer do negócio citam apenas o contato com seus clientes e fornecedores como justificativa deste conhecimento.

Conclui-se que é necessário um melhor entendimento das práticas de planejamento financeiro por parte destes empreendedores, pois a utilização de uma prática informal de tal planejamento pode trazer dificuldades na sobrevivência destas empresas e gerar precocemente um grande índice de mortalidade destas empresas.

Entendendo ser o MEI uma modalidade empresarial ainda nova no mercado econômico brasileiro, e que em pouco tempo de existência já se consolidou neste mercado, faz-se necessário o desenvolvimento de novas pesquisas para o melhor conhecimento das práticas empreendedoras destes novos entrantes na economia brasileira.

Indica-se um envolvimento do CPMEI, projeto de extensão da Unidade Acadêmica de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Campina Grande, (projeto este que despertou o interesse da execução deste trabalho) junto aos Microempreendedores Individuais, possibilitando os mesmos um melhor conhecimento na prática de gestão empresarial e planejamento financeiro de seus negócios.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal; Edições 70, LDA, 2009.
- BRASIL. Lei 10.406, de 10 de janeiro de 2002. **INSTITUI O CÓDIGO CIVIL**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm> acesso em 20 de janeiro de 2013.
- BRASIL. Lei Complementar 128 de 19 de dezembro de 2008. **ALTERAÇÃO DA LEI COMPLEMENTAR Nº123, DE 14 DE DEZEMBRO DE 2006, ALTERA AS LEIS N.º 8.212, DE 24 DE JULHO DE 1991, 8.213, DE 24 DE JULHO DE 1991, 10.406, DE 10 DE JANEIRO DE 2002 – CÓDIGO CIVIL, 8.029, DE 12 DE ABRIL DE 1990**. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/LeisComplementares/2008/leicp128.htm>> acesso em 20 de janeiro de 2013.
- CIMADON, José Eduardo. **Empreendedorismo na Gestão das Empresas Criadas por Necessidade**. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção), Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria- RS, 2008.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- FACCINA, C. **O Novo Profissional Competitivo: Mais Razão, Emoção e Sentimento na Gestão**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- GITMAN, Lawrence J. **Princípios de Administração Financeira**. São Paulo: Hbra, 2004.
- GONSALVES, Elisa Pereira. **Iniciação à Pesquisa Científica**. 3ª. ed. Campinas: S. Paulo: Alínea, 2003.
- GROPPELLI, A. A.; NIKBAKHT, Ehsan. **Administração financeira**. S. Paulo: Saraiva, 1998.
- IUDÍCIBUS, Sergio de, MARION, Jose Carlos e FARIA, Ana Cristina. **Introdução à teoria da contabilidade**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Maria de Andrade: **Fundamentos de Metodologia**. São Paulo: Atlas, 2010.
- LEITE, Emanuel. **O Fenômeno do Empreendedorismo: Criando Riquezas**. Recife: Bagaços, 2000.
- LEZANA, A. G. R., TONELLI, A. **O comportamento do empreendedor**. In: DE MORI, F. (org.). **Empreender: identificando, avaliando e planejando um novo negócio**. Florianópolis: Escola de Novos Empreendedores, 1998.
- LUCIANO, A. et al. **Empreendedor: Eu Posso Tornar-me Um?** Revista Científica da Faculdade Fleming, Campinas, n. 6 p. 12-16, 2009.
- MARION, José Carlos. **Contabilidade empresarial**. 15. ed. São Paulo: Atlas S.A., 2009.
- MICHEL, M. H. **Metodologia e Pesquisa Científica em Ciências Sociais: Um Guia Prático para Acompanhamento da Disciplina e Elaboração de Trabalhos Monográficos**. São Paulo: Atlas, 2005.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor-individual>> acesso em 05 de julho de 2013.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor-individual>> acesso em 10 de agosto de 2013.

RESOLUÇÃO CFC N.º 758/95, Das Características da Informação Contábil. Disponível em:<http://www.fundata.org.br/legislacao/Normas_Contabeis/ResCFC_785_1995.htm> Acesso em: 03 abr. 2013.

SCHMIDT, Paulo. A História do Pensamento Contábil. Porto Alegre: Bookman, 2000.

SCHUMPETER, J. **Capitalism, socialism and democracy**. 3rd edition, Harper and Row, New York, 1950.

SEBRAE/SC. **Artigos Para MPE'S**. < http://www.sebrae-sc.com.br/newart/mostrar_materia.asp?cd_noticia=10715> acesso em 10 de fevereiro de 2013.

SILVA, Antônio Carlos Ribeiro da; MARTINS, Wilson Carlos Ribeiro da. **História do Pensamento Contábil**. Curitiba: Juruá, 2007.

STICKNEY, C.P.; WEIL, R.L. **Contabilidade Financeira: uma introdução aos conceitos, métodos e usos**. São Paulo: Atlas, 2001.

ZDANOWICZ, José Eduardo. Fluxo de Caixa: Uma decisão de Planejamento e Controle Financeiro. Porto Alegre, Segra Luzzato, 2000.

APÊNDICE

ROTEIRO DE ENTREVISTA AOS MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS CADASTRADOS NA ATIVIDADE ECONÔMICA DE COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS DO VESTUÁRIO E ACESSÓRIOS DO MUNICÍPIO DE SOUSA-PB.

(Antes de iniciada a entrevista, o entrevistado será informado dos objetivos da entrevista, bem como da confiabilidade das informações coletadas, as quais serão de uso restritamente acadêmico).

GESTÃO DA EMPRESA (ADAPTADO DE DIEL, 2001)

1. Qual o tempo de atuação como empreendedor? E como MEI?
2. Sempre foi empreendedor? Se não qual outra atividade exerceu?
3. Como está estruturada a empresa? Possui funcionário legalizado?

COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORIAIS

4. Existe preocupação em se atualizar através de cursos para aprimoramento no gerenciamento empresarial? De quantos já participou?
5. Considera que tem boas relações com seus clientes e fornecedores? Como funcionam estas relações?
6. Participa de associações e ou entidades de classe relacionadas ao seu negócio? Qual?
7. Considera que conhece profundamente o seu negócio? Por que?
8. Têm pretensões futuras de crescer o suficiente para mudar de modalidade empreendedora, sair do MEI, avançando em seu empreendimento?

PLANEJAMENTO FINANCEIRO

9. A empresa possui algum planejamento financeiro formal (por escrito)? Se positivo, como e por quem é feito?
10. A empresa possui contador? Que serviço o mesmo presta para a empresa?
11. Como é feito o controle de contas a pagar e a receber?
12. A empresa utiliza índices de liquidez, endividamento e rentabilidade, Realiza previsão de lucro? Como?
13. A empresa elabora seus demonstrativos financeiros (Fluxo de Caixa, Balanço Patrimonial, DRE)?
14. Possui conta bancária pessoa jurídica?

15. A empresa já fez algum financiamento? Utilizou capital de terceiros? Se fez, como pretende quitar?

(Ao final da entrevista, o entrevistador agradece a disponibilidade do entrevistado).