

**INSTITUTO VALE DO CRICARÉ
FACULDADE VALE DO CRICARÉ
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**MARLENE PEREIRA DA COSTA
VIVIAN HANNAH MOTA DE ANDRADE**

**INSTITUIÇÕES DE APOIO AOS PEQUENOS NEGÓCIOS E SUA
RELAÇÃO COM O MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL DO SETOR
DE COMÉRCIO NO MUNICÍPIO DE SÃO MATEUS/ES**

**SÃO MATEUS-ES
2016**

**MARLENE PEREIRA DA COSTA
VIVIAN HANNAH MOTA DE ANDRADE**

**INSTITUIÇÕES DE APOIO AOS PEQUENOS NEGÓCIOS E SUA
RELAÇÃO COM O MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL DO SETOR
DE COMÉRCIO NO MUNICÍPIO DE SÃO MATEUS/ES**

**Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Administração
da Faculdade Vale do Cricaré, como
requisito parcial para obtenção do grau
de Bacharel em Administração.
Orientador: Prof. Me. Walece Negris
Pereira.**

**SÃO MATEUS-ES
2016**

**MARLENE PEREIRA DA COSTA
VIVIAN HANNAH MOTA DE ANDRADE**

**INSTITUIÇÕES DE APOIO AOS PEQUENOS NEGÓCIOS E SUA
RELAÇÃO COM O MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL DO SETOR
DE COMÉRCIO NO MUNICÍPIO DE SÃO MATEUS/ES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração da Faculdade Vale do Cricaré, como avaliação final do curso e obtenção do grau de bacharel em Administração.

Aprovado em 12 de dezembro de 2016.

BANCA EXAMINADORA

**PROF. ME. WALECE NEGRIS PEREIRA
FACULDADE VALE DO CRICARÉ
ORIENTADOR**

**PROF. ESP. NILTON RIBEIRO DE OLIVEIRA
FACULDADE VALE DO CRICARÉ**

**PROF. ESP. NILVANS FERNANDES
BORGES
FACULDADE VALE DO CRICARÉ**

Ao professor orientador Me. Walece Negrís Pereira, que muito contribuiu com seu conhecimento acerca dos pequenos negócios do município e pelo incentivo dado na realização deste trabalho.

À colega de trabalho e professora Me. Vera Gil Souza Malverdi de Oliveira pela sua disposição e grande colaboração concedida, com revisões e sugestões muito proveitosas.

Aos professores Esp. Nilton Ribeiro de Oliveira, Esp. Clizanto Anacleto Gomes, Esp. Nilvans Fernandes Borges e Doutorando Ademilson Jacinto da Mota pelo esclarecimento de nossas dúvidas.

Ao meu namorado e melhor amigo, Italo Vasconcelos Neto, pelo amor e compreensão em me presentear com um computador para que eu pudesse dar continuidade a esse trabalho e pela privação da minha companhia.

À minha família que é a minha maior base de apoio.

Aos meus colegas da FVC Júnior pela compreensão da minha ausência.

Vivian Hannah Mota de Andrade

Em primeiro lugar quero agradecer a Deus, porque se não fosse as mãos dele sobre minha vida não teria conseguido com minhas próprias forças.

Ao Professor Me. Walece Negris Pereira, pela orientação segura e amizade e a grande contribuição com seu conhecimento.

À todos os mestres e professores que fizeram parte da minha formação, obrigada pelo ensinamento e exemplo ao longo desta jornada.

À colega de trabalho e professora. Me. Vera Gil Souza Malverdi de Oliveira, pelo seu apoio e colaboração concedida com revisões e sugestões muito proveitosas.

Aos meus Diretores pelo incentivo, para que eu pudesse chegar a formação acadêmica.

Aos meus familiares, que sempre acreditaram em mim e foram sempre um exemplo de vida a ser seguido.

À minha amiga Ivanete Batista, que nunca me deixou desistir, sempre dando seu apoio em tudo que precisava.

Aos grandes amigos conquistados na Faculdade.

À todos que fazem parte da minha vida.

Marlene Pereira da Costa

RESUMO

Diversos fatores influenciam no desenvolvimento, na estabilidade e na competitividade das empresas, condicionando até mesmo sua sobrevivência. Dos diversos fatores, destaca-se o acesso à informação. Diante disto, este trabalho tem o propósito de identificar quais fatores influenciam no acesso do Microempreendedor Individual (MEI), do ramo de comércio, à informação sobre gestão empresarial fornecida pelas instituições de apoio aos pequenos negócios no município de São Mateus – ES, onde empresas classificadas neste porte, segundo a Lei Complementar Federal 128/2008, recebem amparo de instituições de apoio e fomento ao empreendedorismo pelo Governo Federal. Pois, tal figura jurídica é importante para a economia do local, contribuindo conseqüentemente para o estado e o país. Para isso, foi realizada uma pesquisa de campo no município, aplicando-se 152 questionários com os Microempreendedores Individuais do ramo de comércio. Com os dados levantados foi possível detalhar seu perfil e encontrar tais fatores, podendo servir de referência para a própria comunidade e os órgãos competentes sempre no intuito de promover a competitividade dessas empresas e o desenvolvimento regional.

Palavras-chave: Microempreendedor Individual. Comércio. Informação.

ABSTRACT

Several factors influence the development, stability and competitiveness of companies, even conditioning their survival. Of the several factors, the access to information stands out. The purpose of this paper is to identify which factors influence the access of the Individual Microentrepreneur (MEI), from the branch of commerce, to the information on business management provided by small business support institutions in the municipality of São Mateus - ES, where companies Classified in this size, according to Federal Complementary Law 128/2008, receive support from institutions supporting and promoting entrepreneurship by the Federal Government. For such a legal figure is important for the local economy, thus contributing to the state and country. For this, a field survey was carried out in the municipality, applying 152 questionnaires with the individual Microentrepreneurs of the commerce branch. With the data collected it was possible to detail its profile and to find such factors, being able to serve as reference for the own community and the competent organs always in order to promote the competitiveness of these companies and the regional development.

Keywords: Individual Microentrepreneur. Trade. Information.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Faixa etária dos entrevistados	30
Gráfico 2 – Sexo dos entrevistados.....	31
Gráfico 3 – Grau de escolaridade dos entrevistados.....	31
Gráfico 4 – Rendimento médio mensal dos entrevistados	32
Gráfico 5 – Meios mais utilizados pelos entrevistados na busca por informação.....	32
Gráfico 6 – Conhecimento sobre instituições de apoio	33
Gráfico 7 – Visita à essas instituições	33
Gráfico 8 – O que foram buscar nessas instituições	34

LISTA DE SIGLAS

CDL – Câmara de Dirigentes Lojistas

CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica

DAS – Documento de Arrecadação do Simples Nacional

DASN-SIMEI – Declaração Anual Simplificada da Microempresa Individual

FENACON – Federação Nacional das Empresas de Serviços Contábeis e das Empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ICMS – Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação

INSS – Instituto Nacional do Seguro Social

ISS – Imposto sobre Serviços

MEI – Microempreendedor Individual

MPEs – Micro e Pequenas Empresas

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial

SENAR – Serviço Nacional de Aprendizagem Rural

SEST SENAT – Serviço Social do Transporte e Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1 ADMINISTRAÇÃO E SUA IMPORTÂNCIA PARA A SOBREVIVÊNCIA DAS PEQUENAS EMPRESAS	13
1.1 O PERFIL DO EMPREENDEDOR E DO ADMINISTRADOR.....	14
1.2 PEQUENAS EMPRESAS E SUAS DEFINIÇÕES POR PORTE E SETOR	16
2 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL	19
3 SETOR COMERCIAL	21
4 MUNICÍPIO ESTUDADO	24
4.1 DISPONIBILIDADE DE APOIO AO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL.....	24
4.1.1 Câmara De Dirigentes Lojistas (CDL)	25
4.1.2 Contador	25
4.1.3 Prefeitura Municipal	26
4.1.4 Serviço Brasileiro De Apoio Às Micro E Pequenas Empresas (SEBRAE).....	26
4.1.5 Serviço Nacional De Aprendizagem Comercial (SENAC)	27
4.1.6 Serviço Nacional De Aprendizagem Industrial (SENAI)	27
4.1.7 Serviço Nacional De Aprendizagem Rural (SENAR)	27
4.1.8 Serviço Social Do Transporte E Serviço Nacional De Aprendizagem Do Transporte (SEST SENAT)	28
5 LEVANTAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS	29
CONSIDERAÇÕES FINAIS	36
REFERÊNCIAS.....	37
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS DO RAMO DE COMÉRCIO NO MUNICÍPIO DE SÃO MATEUS/ES	42

APÊNDICE B – TABULAÇÃO DAS INFORMAÇÕES COLETADAS NO LEVANTAMENTO DE CAMPO	43
--	-----------

INTRODUÇÃO

Uma boa administração é fundamental para garantir a sobrevivência de uma empresa, bem como entender e conhecer os fatores que interferem na dinâmica organizacional e que venha a curto e longo prazo, tornar fundamental na gestão de uma empresa. Os Microempreendedores Individuais encontram-se em grande volume no país, e é notória a sua importância no meio empresarial e no fortalecimento do mercado de trabalho para o desenvolvimento econômico do país. Diante disto, nos cabe questionar: Quais fatores influenciam no acesso do Microempreendedor Individual (MEI), do ramo de comércio, à informação sobre gestão empresarial fornecida pelas instituições de apoio aos pequenos negócios no município de São Mateus, Espírito Santo?

A partir desse problema, surgiu a temática da pesquisa: Instituições de apoio aos pequenos negócios e sua relação com o Microempreendedor Individual do setor de Comércio no Município de São Mateus/ES.

Hipoteticamente se torna importante destacar algumas variáveis que de forma estruturada irão direcionar as pesquisas sobre o tema, a saber: É possível que o Microempreendedor Individual desconheça a existência das instituições e o tipo de apoio oferecido por elas; o Microempreendedor Individual conhece essas instituições de apoio, mas, não as busca para orientação e auxílio; os órgãos não divulgam de maneira efetiva o seu trabalho ou função, o que conseqüentemente, impossibilita o acesso do Microempreendedor Individual aos seus serviços; talvez, o Microempreendedor Individual até busque esse apoio, mas, a interação não seja suficiente.

O presente trabalho se faz necessário e se justifica por ofertar à população mateense e região norte do Espírito Santo, a identificação do perfil dos órgãos de apoio, o tipo de auxílio que realizam com o Microempreendedor Individual, e ainda ser um divulgador de informações que possam favorecer a capacitação dos futuros empreendedores e, além disso oferece a oportunidade de conhecer o perfil do empresário mateense, neste caso o Microempreendedor Individual, que tem um importante papel na economia do município e região. Enfim, trata-se de uma pesquisa importante para auxiliar e aprimorar o trabalho das entidades de apoio aos pequenos negócios, conhecendo as necessidades dos Microempreendedores Individuais do

município, e, conseqüentemente, podendo ajudar no desenvolvimento sustentável dessas empresas.

Neste pensamento, o trabalho tem como objetivo principal realizar o levantamento de dados e identificar as possíveis dificuldades do Microempreendedor Individual de São Mateus em conseguir apoio que venha auxiliar na sua manutenção e sobrevivência no mercado. Mais especificamente descrever o perfil do Microempreendedor Individual no município; levantar quais órgãos atuam no apoio aos pequenos negócios, como trabalham, divulgam e fornecem esse apoio; identificar a disponibilidade dos recursos necessários.

Para uma melhor estruturação do tema, dividiu-se este trabalho em cinco capítulos: no primeiro são apresentados conceitos teóricos acerca da administração, bem como a importância para as pequenas empresas; a diferença entre o empreendedor e o administrador e a relevância dessas duas funções no sucesso do próprio negócio; e a classificação quanto ao porte das pequenas empresas.

O segundo capítulo conceitua o Microempreendedor Individual através de Leis, e mostra como esta figura está amparada pelo Governo.

O terceiro capítulo aborda o comércio, sua predominância no município estudado, e sua evolução através das pequenas empresas.

O quarto capítulo discorre sobre as características socioeconômicas do município de São Mateus-ES; retrata o perfil das instituições de apoio, e tem como foco ainda, levantar a quantidade existente dessas instituições no município de São Mateus –ES, observando os serviços prestados por elas.

Por fim, o quinto capítulo apresenta os dados coletados, a realidade de atendimento de apoio ao Microempreendedor Individual, realizadas através das análises e resultados da pesquisa.

Optou-se por metodologia amparada na pesquisa em referenciais bibliográficos fundamentando, identificando e definindo os termos e conceitos do estudo proposto. Considerando o problema investigado e os objetivos a serem alcançados, optou-se por uma abordagem quantitativa. Além dessa abordagem, realizou-se ainda a pesquisa descritiva que tem como principal objetivo estudar as características da população estudada. Nesta pesquisa descritiva, foi feito um levantamento de campo, utilizando questionário como técnica de pesquisa para medir as variáveis. O questionário aplicado no município de São Mateus, realizou-se por amostragem.

1 ADMINISTRAÇÃO E SUA IMPORTÂNCIA PARA A SOBREVIVÊNCIA DAS PEQUENAS EMPRESAS

O modelo de gestão empresarial aplicado nas grandes empresas pode não ser eficaz quando reproduzido nas pequenas empresas. Os conceitos são os mesmos, porém, devem ser adaptados à realidade existente em cada organização, pois cada uma apresenta suas características e cultura, além de os desafios serem diferentes.

Para Longenecker (2015, p. 330) muitas empresas pequenas possuem uma fraqueza gerencial, parte delas existe somente para a sobrevivência do proprietário, funcionam, mas não necessariamente possuem uma gestão. Observa-se que existe solução para essa fraqueza: a administração norteia o processo com qualidade. Para Drucker (1981, p. 8) uma empresa só existe realmente na pessoa de seus administradores, entretanto, qualquer empresa, independente do formato jurídico, precisa de uma administração para funcionar.

Ainda de acordo com Drucker (1981, p. 10):

[...] a administração de uma empresa não é uma questão de intuição ou capacidade nata; os elementos e requisitos de tal atividade podem ser analisados, organizados sistematicamente e transmitidos a qualquer pessoa com dotes intelectuais humanos normais.

Seguindo este pensamento, podemos entender que os empresários podem aprender os princípios e ferramentas da administração para gerirem seus negócios e não ficarem fundamentados apenas em experiências empíricas.

A princípio, é importante conhecer de modo geral algumas abordagens acerca da administração. Para Silva (2013, p. 6), “administração é um conjunto de atividades dirigidas à utilização eficiente e eficaz dos recursos, no sentido de alcançar um ou mais objetivos ou metas da organização. ”

Chiavenato (1994, p. 28) colabora pontuando que “a administração não é um fim em si mesma, mas um meio de fazer com que as coisas sejam realizadas da melhor forma possível, com o menor custo e com a maior eficiência e eficácia. ”

Outrossim, para Drucker (1981, p. 10) a administração é uma prática, pois são as realizações que permanecem como metas e comprovam a eficácia da organização. À vista disso, sem uma administração de qualidade os recursos podem não ser utilizados da melhor maneira e sequer atingir os objetos da organização.

A administração possui quatro funções importantes, que fazem parte do processo de administrar que devem ser empregadas para alcançar os objetivos da organização. Elas são apresentadas por Silva (2013, p. 10) como sendo:

- a) Planejamento: função na qual ocorre o estabelecimento de metas e objetivos, e a determinação de como os recursos serão utilizados;
- b) organização: definição de departamentos e suas atividades, e alocação de recursos para cada um;
- c) Direção: envolve a condução das pessoas para que realizem suas atividades e alcancem os objetivos;
- d) Controle: é a função que analisa e melhora o desempenho da organização.

O ato de planejar é de fundamental importância para o desenvolvimento de uma organização. Direcionada por este planejamento deve-se então organizar seus recursos para que efetivamente possa direcionar suas ações para o alcance dos resultados almejados. A correta direção de todos os envolvidos no processo se torna parte importante do processo. Por fim, o controle, produzindo a continuidade do ciclo, permitindo que a empresa possa evoluir e se manter em constante desenvolvimento.

1.1 O PERFIL DO EMPREENDEDOR E DO ADMINISTRADOR

Para que se possa entender a importância do empreendedor e do administrador, entendendo seus devidos espaços e atuações, bem como, destacar a importância dessas duas funções para o sucesso de um negócio, é importante conhecer alguns conceitos e em que momento determinadas características podem auxiliar em cada momento da gestão.

De acordo com Dornelas (2001, p. 37 e 38):

[...] o empreendedor é aquele que detecta oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados. Em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor: Iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz. Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico onde vive. Aceita assumir os riscos e a possibilidade de fracassar.

Para Longenecker et al. (2015, p. 7):

Empreendedores são indivíduos que descobrem as necessidades do mercado e abrem novas empresas para satisfazer essas necessidades. Os empreendedores assumem riscos e estimulam mudanças, inovação e progresso do setor econômico [...]"

Os empreendedores enxergam uma oportunidade ou têm uma ideia e as realiza, eles também possuem algumas características que os caracterizam como como a paixão pelo negócio e o comprometimento em assumir riscos.

No caso do administrador, Dornelas (2001, p. 29) destaca o seguinte:

A abordagem clássica ou processual, com foco na impessoalidade, na organização e na hierarquia, propõe que o trabalho do administrador ou a arte de administrar concentre-se nos atos de planejar, organizar, dirigir e controlar. O principal divulgador desse princípio foi Henry Fayol, no início do século XX, e vários outros autores reformularam ou complementaram seus conceitos com o passar dos anos.

Por outro lado, na visão de Chiavenato (1994, p. 27):

[...] é um profissional cuja formação é extremamente ampla e variada: precisa conhecer disciplinas heterogêneas (como matemática, direito, psicologia, sociologia, estatística etc.); precisa lidar com pessoas [...] que lhe estão subordinadas ou que estão no mesmo nível ou acima dele; precisa estar atento aos eventos passados e presentes, bem como às previsões futuras, [...]; precisa lidar com eventos internos e externos [...]; precisa ver mais longe que os outros.

Dessa forma, para ser considerado um administrador se faz necessário conhecer vários campos da ciência, mesmo que a princípio não pareça estar relacionado diretamente ao campo da ciência da Administração como como: conhecer um pouco do ser humano, das práticas da psicologia, da sociologia, estatística, da economia, da biologia, da física, da química e da natureza e tantas outras. Para que se possa gerir, planejar, desenvolver, e ter total amplitude em eventos atuais e passados para definir o futuro, com menor probabilidades de erros, sem dúvidas o entendimento de todos estes campos é de fundamental importância para o conjunto necessário para alcançar o máximo de resultados possíveis.

Então, o administrador precisa ser um indivíduo estudioso, com noções amplas de conhecimento em gerir processos, como também saber usar as estratégias necessárias para atingir os bons resultados empresariais.

Não é o caso de direcionar a atenção para empreendedor ou administrador, são conceitos distintos que se complementam. É preciso sonhar, mas também muito importante transformar os sonhos em realidade fazendo com que perdurem.

Conforme exposto anteriormente, ainda neste capítulo, não é obrigatório possuir formação acadêmica para poder administrar o próprio negócio, entretanto, quando nos referimos ao termo administrador consideramos que é necessário como um conceito mais amplo que é, obter por parte do envolvido, conhecimentos

específicos. Como destacado por Chiavenato (1994, p. 27), sabendo planejar, organizar, dirigir e controlar todos os seus recursos.

Dornelas (2008) descreve sobre um estudo realizado nos Estados Unidos, liderado pelo Babson College e a London Business School, na Inglaterra, em que buscam entender o relacionamento entre empreendedorismo e desenvolvimento econômico. No Brasil, a maioria dos negócios gerados baseia-se no empreendedorismo por necessidade, ou seja, as pessoas empreendem com o intuito de suprir suas necessidades básicas. Esses empreendedores não planejam, não possuem visão de futuro e não são comprometidos com o crescimento do negócio. Continuamente, esse estudo também identificou que a maioria das empresas brasileiras são empresas familiares, que sua gestão passa de geração para geração, e muitas não se preocupam com a inovação, apresentam problemas de gestão e não conseguem competir no mercado.

Longenecker (2015, p.330) conclui ainda que é fundamental acrescentar o gerenciamento às empresas sem sacrificar o espírito empreendedor, o que significa que a paixão pelo negócio deve sempre acompanhar o empresário, que o papel de empreendedor, por sua vez deverá adquirir características de administrador para obter sucesso.

1.2 PEQUENAS EMPRESAS E SUAS DEFINIÇÕES POR PORTE E SETOR

Conforme a legislação brasileira, empresa é “toda organização de natureza civil ou mercantil destinada à exploração por pessoa física ou jurídica de qualquer atividade com fins lucrativos”. (BRASIL, Lei nº 4.137, art. 6º, 1962)

No Brasil encontra-se um grande número de micro e pequenas empresas que são responsáveis pelo fornecimento de grande parte dos serviços e produtos consumidos e pela maioria dos empregos gerados no país. Em razão disso, foi instituída em 14 de dezembro de 2006 (Lei Complementar Federal 123/2006), a Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, que prevê o tratamento diferenciado e favorecido, com objetivo de contribuir para o desenvolvimento e

competitividade no Brasil; com propósito de reduzir a informalidade, aumentar a geração de emprego e melhor distribuição de renda (SEBRAE, 2016).

Em concordância com a Receita Federal, a Lei Geral instituiu o Simples Nacional (Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas, Empresas de Pequeno Porte e Empreendedores Individuais), permitindo a apuração e recolhimento mensal através de um documento único de arrecadação, de tributos e contribuições; e apresentação de declaração única e simplificada de informações socioeconômicas e fiscais. Tal regime é facultativo e irretratável para todo o ano calendário.

Na legislação nacional, de acordo com o artigo 3º da Lei Complementar 123/2006, faz entendimento que o critério adotado para classificar o porte das empresas é a receita bruta, ou seja, o faturamento:

- Microempreendedor Individual – Até R\$60.000,00
- Microempresa – Até R\$360.000,00
- Empresa de Pequeno Porte – De R\$ 360.000,01 até 3.600.000,00

Outra classificação importante é quanto à sua atividade de acordo com o setor de atividade. Elas podem ser de Comércio, Serviços ou Indústria.

Com relação a indústria, Sousa (2005, p. 15) afirma que:

[...] a palavra indústria está caracterizada por diversos significados, desde uma empresa de pequeno porte, até uma fábrica de qualquer tamanho de um parque industrial, que trabalhe com atividade de transformação, que usem maquinarias que tenham como objetivo criar um terceiro produto.

Segundo o SEBRAE (2014),

Empresas industriais são aquelas que transformam matérias-primas, manualmente ou com auxílio de máquinas e ferramentas, fabricando mercadorias. Abrangem desde o artesanato até a moderna produção de instrumentos eletrônicos.

No setor industrial existem vários ramos de atividade, como por exemplo: gráfica, vestuário, mobiliário e mecânica (SEBRAE, 2014).

No que se refere ao setor comercial, o órgão explica que:

Empresas comerciais são aquelas que vendem mercadorias diretamente ao consumidor – no caso do comércio varejista – ou aquelas que compram do produtor para vender ao varejista – comércio atacadista. Exemplos: restaurante; supermercado; atacado de laticínios; armarinho; loja de ferragem.

O setor de serviços possui atividades muito distintas entre si, no que tange, por exemplo, ao seu nível tecnológico. Basta lembrar que as atividades que fazem parte

do setor vão desde serviços domésticos até transmissão de dados pela Internet. (LEMOS e ROSA, 2002)

As empresas deste setor não vendem mercadorias, elas ofertam o seu serviço/trabalho para o consumidor, como por exemplo: lavanderia, cinema e escola (SEBRAE, 2014).

Para o desenvolvimento deste trabalho adotamos como objeto de estudo o porte de Microempresa especificamente Microempreendedor Individual, e quanto ao setor, concentramo-nos no comercial.

2 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL

Apesar da criação da Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, os autônomos ou ambulantes ainda tiveram dificuldades devido à burocratização. Pensando nisso, em 19 de dezembro de 2008, a Lei Geral teve alteração na sua redação pela Lei Complementar Federal 128/2008, criando o Microempreendedor Individual (MEI).

A Lei Complementar Federal 128/2008 define o conceito de MEI em seu artigo 18-A da seguinte forma:

§ 1º Para os efeitos desta Lei Complementar, considera-se MEI o empresário individual a que se refere o art. 966 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 (Código Civil), que tenha auferido receita bruta, no ano-calendário anterior, de até R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais), optante pelo Simples Nacional e que não esteja impedido de optar pela sistemática prevista neste artigo. (LCF 128, 2008).

Assim, entende-se que o Microempreendedor Individual deverá obter receita bruta anual de no máximo R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais), tendo proporcionalidade aos meses em atividade.

De acordo com a referida Lei, a pessoa que trabalha por conta própria pode se legalizar como pequeno empresário. Porém, não poderá ser sócio ou proprietário de empresa e permitirá a contratação de apenas um funcionário que receba um salário mínimo ou o piso da categoria.

Em consoante com o Portal do Empreendedor, essa Lei traz para o MEI alguns direitos, dentre eles, a não obrigatoriedade de serviços contábeis; e por se enquadrarem no Simples Nacional, contribui com valores reduzidos apenas para o Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) que será destinado à Previdência Social, Imposto Sobre Serviço (ISS) para o município e/ou Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS) para o Estado, isentando-se dos outros tributos e assegurando assim a aposentadoria por idade e por invalidez; o auxílio maternidade, o auxílio doença; o auxílio acidente; a pensão por morte; e o auxílio reclusão. Dentre esses direitos, a Lei também apresenta alguns deveres: providenciar a solicitação de alvará definitivo na prefeitura dentro de no máximo 180 dias; pagar o Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS) todos os meses; uma vez por ano deverá fazer uma declaração do seu faturamento para a Receita

Federal do Brasil; deverá emitir nota fiscal nas vendas e prestações de serviços realizadas para qualquer pessoa jurídica, no caso de pessoa física a emissão é necessária apenas quando solicitada pelo cliente; e outros.

Ainda de acordo com o Portal do Empreendedor, a formalização poderá ser feita de forma gratuita no site do Portal do Empreendedor, site do Governo Federal com gestão da Secretaria da Micro e Pequena Empresa. Também é feita com a ajuda do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e de empresas de contabilidade que são optantes pelo Simples Nacional e estão espalhadas pelo Brasil. Lembrando que toda atividade a ser exercida, mesmo na residência do profissional, necessita de autorização prévia da prefeitura, que nesse caso será gratuita.

A pesquisa “Perfil do Microempreendedor Individual 2012”, realizada pelo SEBRAE e publicada em 2013, aponta que a formalização trouxe um maior faturamento, ampliou investimentos e melhorou o controle financeiro.

Desde a criação dessa classificação de porte de empresa, o número de registros aumentou. Segundo dados atualizados em 2016, extraídos do Portal Empresômetro das Micro e Pequenas Empresas, o país já possui mais de 6 milhões de empreendedores inscritos.

Por virem ganhando mais espaço na economia do país e através da sua formalização contribuir para configurar um novo mercado de trabalho, necessitam de apoio para continuar e ampliar seus negócios. Com base nisso, criou-se a Secretaria da Micro e Pequena Empresa ligada à Presidência da República que visa assessorar diretamente e imediatamente o Presidente da República especialmente na formulação, coordenação e articulação de políticas e diretrizes para o apoio à microempresa. Empresa de pequeno porte e artesanato e de fortalecimento, expansão e formalização de Micro e Pequenas Empresas (MPes); programas de incentivo e promoção de arranjos produtivos locais e de promoção do desenvolvimento da produção; programas e ações de qualificação e extensão empresarial voltadas à microempresa, empresa de pequeno porte e artesanato; e programas de promoção da competitividade e inovação; e também na coordenação e supervisão dos Programas de Apoio às Empresas de Pequeno Porte custeados com recursos da União; e outras competências (FRAGA, 2013).

3 SETOR COMERCIAL

Para conhecer um pouco da história, é importante destacar a importância do empreendedor. Uma característica que se encontra na presente história, mas também em traços da antiga história do comércio, talvez não com tanta ênfase, mas discretamente. É possível observar traços do empreendedorismo passado, e sua evolução junto com as mudanças comerciais de geração em geração.

Na história da civilização o homem sempre trabalhou para o seu sustento e posteriormente buscou produzir mais com a finalidade de trocar ou vender. Essa relação demonstra claramente uma negociação comercial. As relações comerciais foram praticadas pelas sociedades mais primitivas, apesar de não haver mercadorias propriamente ditas e mesmo vivendo da colheita e da caça, ainda assim, realizavam negociações comerciais. A troca foi por muito tempo a única forma de realização do comércio. Na era clássica a sociedade achava que a maior riqueza de uma nação não era a quantidade de ouro ou prata que o país possuía; para eles, o que de fato determinava o desenvolvimento e a prosperidade de uma nação era o trabalho humano (HUBERMAN, 1986).

Para a economia clássica, a ampliação dos mercados e a garantia da liberdade comercial promovem de forma espontânea a harmonia entre o interesse da sociedade e o interesse individual. O homem evoluiu e a criação das práticas comerciais com fluxo de mercadorias também, o comércio expandiu. Os mascates e ambulantes levavam produtos de um lugar a outro, criaram as feiras livres. Com o crescimento da população e entrada da mulher no mercado de trabalho, a necessidade de novos produtos e novas tecnologias se fizeram necessárias. Esse conjunto de pessoas e necessidades deu base para o comércio. O comércio tem o poder de regularizar e promover os ajustes dos preços praticados (HUBERMAN, 1986).

A economia clássica viu no surgimento do mercado a forma de transformação da sociedade. Na medida em que as políticas de mercado tornavam-se determinantes, as lógicas econômicas prevaleciam nos momentos de decisão e os indicadores econômicos passaram a ter a importância de indicadores de eficácia social. A atividade comercial praticada pelo homem passa a ser a necessidade da interação econômica e social (HUBERMAN, 1986).

O comércio na atualidade conta com várias modalidades de venda: interna,

externa e à distância. O que vem representando grande crescimento nos dias atuais, são as vendas realizadas via internet, por oferecer maior conforto aos clientes. Diversas causas e fatores contribuíram para o surgimento da atividade comercial, como por exemplo, a natureza geográfica. Alguns povos na Antiguidade possuíam pouca terra para o desenvolvimento da agricultura, devido a isso, tiveram de iniciar a comercialização com outros povos. Atualmente, o comércio é uma atividade fundamental para todo o mundo. No Brasil, a atividade comercial tem se desenvolvido desde o início do século XIX, pois produz uma variedade de produtos e pela necessidade de importar outros produtos dos quais havia carência até pouco tempo. (IUDÍCIBUS e MARION, 2010, p. 3-4)

Em pleno século XXI, o comércio é um forte componente da economia mundial e nacional. O Comércio Tradicional, que no passado teve um papel importante no desenvolvimento mundial, vem diminuindo seu potencial devido ao surgimento de novas formas de negociações, avanços da tecnologia, globalização e novas exigências do mercado. A velocidade das informações que estão sendo divulgadas constantemente a cada instante, a concorrência se torna cada dia mais acirrada, buscar novas estruturas de negociações se faz necessário, não há fronteiras para um comércio rápido e de informações sempre atualizadas (HUBERMAN, 1986).

Com a globalização e avanços da tecnologia, a internet surge como uma poderosa ferramenta para multiplicação da comunicação global. Com a inserção do mercado eletrônico, permitiu-se o fortalecimento mais ainda da rede de mercado no mundo, maior volume de produção, vendas, e mais negociações. (HUBERMAN, 1986).

Para um melhor embasamento do assunto, afim de facilitar o entendimento, é necessário conhecer como ocorreu a evolução do município estudado que acarretou numa predominância da atividade comercial.

Os primeiros colonizadores portugueses chegaram a São Mateus por volta de 1544, São Mateus passou a ser município em 1848. Na década de 1930, os meios de transporte de passageiros e mercadorias para toda a região norte do Espírito Santo eram os animais (cavalos e tropas de muares), os pequenos navios que aportavam em São Mateus e o trem de ferro. O movimento no porto de São Mateus era intenso, com os trapiches cheios de mercadorias para exportação e para movimentação do comércio local. Os armazéns vendiam mercadorias aos moradores locais e aos da vila do interior, como Barra de São Francisco, Nova Venécia, Boa Esperança, Jaguaré,

etc., todas ainda pertencentes ao território de São Mateus. Assim se baseava o comércio no município de São Mateus-ES (IBGE, 2016).

Com a forte tendência e velocidade com que os negócios são realizados, o Brasil, o estado do Espírito Santo e região norte do estado, onde se encontra o município de São Mateus, tiveram que evoluir, buscando novos caminhos e diversificação de empresas no município, no entanto observa-se que há uma forte predominância para lojas comerciais. Boa parte das empresas existentes no município é gerenciada por empreendedores, muitos desses seguem uma tradição no município, mas também se encontram outros tipos de empresas que usam processos atuais para concorrer e conquistar uma fatia de mercado. Com suas negociações que movimentam a economia e gera empregos para o município e região.

De forma geral, o comércio teve sua evolução principalmente através das Micro e Pequenas Empresas. Segundo o SEBRAE (2014), no Brasil, os pequenos negócios, que gira em torno de 9 milhões de micro e pequenas empresas, representam 27% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, especificamente no setor de comércio eles já correspondem a 57% do PIB. Para o presidente do SEBRAE Luiz Barreto (2014),

Os dados demonstram a importância de incentivar e qualificar os empreendimentos de menor porte, inclusive os Microempreendedores Individuais. Isoladamente, uma empresa representa pouco. Mas juntas, elas são decisivas para a economia (SEBRAE, 2014).

Ressaltando que 52% dos empregos formais parte dos pequenos negócios e que também correspondem a 40% dos salários pagos. (SEBRAE, 2014)

Para Barreto (2014),

Os principais motivos para o bom desempenho dos pequenos negócios na economia brasileira são a melhoria do ambiente de negócios (em especial após a criação do Supersimples que reduziu os impostos e unificou oito tributos em um único boleto), o aumento da escolaridade da população e a ampliação do mercado consumidor, com o crescimento da classe média.

O município de São Mateus possui 9.755 Micros e Pequenas Empresas (MPEs) ativas, e desse total, 53% é representado pelo Microempreendedor Individual, dados atualizados em 11/11/2016 e obtidos no Portal Empresômetro das Micro e Pequenas Empresas. O SEBRAE (2003), em pesquisa realizada com tema “Fatores Condicionantes e Taxa De Mortalidade Das MPE”, retrata as falhas gerencias, como por exemplo, a falta de conhecimentos de gestão, como um dos fatores que ocasiona à mortalidade das pequenas empresas.

4 MUNICÍPIO ESTUDADO

De acordo com o IBGE¹ (2015) São Mateus possui população estimada de 124.575 mil habitantes, com referência ao ano de 2015, com área de 2.338,728 quilômetros quadrados (km²), e 46,62 habitantes por km². Situada no litoral norte, distante 220 quilômetros (km) de Vitória a capital do estado. O município apresenta um PIB per capita de 14.706,02 reais.

Em 1970 foram descobertos campos de petróleo no município e desde então a exploração e produção de petróleo é a atividade econômica principal, entretanto, de acordo com Nardoto (2005) “o comércio foi o que alcançou o maior crescimento e os serviços passaram a ter grande representação na economia do município”.

Dentre as empresas que atuam no ramo de comércio no município, destaca-se o número de MEI's. E avançam ocupando uma boa fatia de mercado na movimentação da economia do país e através da sua formalização contribuirão para configurar um novo mercado de trabalho, com isto, necessitam de apoio para continuar e ampliar seus negócios.

Na pesquisa realizada foi levantada que em São Mateus se apresentam diversas instituições de apoio ao Microempreendedor Individual, tais instituições são descritas no decorrer deste trabalho.

4.1 DISPONIBILIDADE DE APOIO AO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL

Iniciamos este tópico definindo o que se entende por uma instituição de apoio. Denomina-se instituição de apoio, os órgãos que oferecem recursos ao público, ou seja, a sociedade mateense por exemplo, com diversos auxílios de melhoria, como consultorias, treinamentos, etc., não incluindo, no entanto, recursos financeiros, ou instituições financeiras. Os recursos de apoio podem ser: Fomento ao empreendedorismo; Oferta de informação, orientação, consultoria, assessoria e capacitação nas áreas de gestão de empresas e atividades técnicas; Programas de

¹ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

educação e treinamento para formação de mão de obra; Associação de empresas, criando relacionamento entre elas.

Dessa forma, o Microempreendedor Individual poderia encontrar um ambiente mais seguro para o crescimento de seu negócio. No município de São Mateus encontra-se alguns órgãos que fornecem apoio aos pequenos negócios, e que farão parte deste estudo, conforme pode ser observado na sequência.

4.1.1 Câmara De Dirigentes Lojistas (CDL)

A CDL de São Mateus, é formada por comerciantes do município, fundada em 1983, seu foco é o comércio varejista, atua em defesa e no desenvolvimento desse setor tanto no aspecto político quanto no econômico. Dentre os serviços oferecidos aos associados, encontram-se: treinamentos e cursos, serviços de publicidade e divulgação da marca, descontos em faculdades, e serviços advocatícios com consultoria e assessoria jurídica (CDL, 2014).

4.1.2 Contador

O MEI é dispensado de escrituração contábil, entretanto, ele poderá recorrer ou necessitar de tais serviços auxiliando-o em questões como contratação de funcionário por exemplo. Conforme apresentado no capítulo 2, ele tem acesso a atendimento gratuito de assessoria contábil para a formalização e para a primeira Declaração Anual Simplificada da Microempresa Individual (DASN-SIMEI). Bastando consultar no site da Federação Nacional das Empresas de Serviços Contábeis e das Empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas (FENACON), para encontrar os escritórios de contabilidade do município que são optantes pelo Simples Nacional (FENACON, 2015) e que prestam este tipo de atendimento ao Microempreendedor Individual.

4.1.3 Prefeitura Municipal

Conforme o disposto na Lei Geral 123/20016, apresentada no capítulo 4, foi criada a Lei Geral Municipal da Microempresa e Empresa De Pequeno Porte no âmbito do Município de São Mateus (Lei nº 807/2009). Esta Lei garante os seguintes benefícios, de acordo com o Caput do Art. 3º:

- I - abertura e baixa de inscrições;
- II - preferência nas aquisições de bens e serviços pelo Poder Público Municipal;
- III - inovação tecnológica e educação empreendedora;
- IV - associativismo e regras de inclusão;
- V - incentivo à geração de emprego e renda;
- VI - incentivo à formalização de empreendimentos;
- VII - unicidade do processo de registro e de legalização de empresários e de pessoas jurídicas;
- VIII - simplificação, racionalização e uniformização dos requisitos de segurança sanitária, metrológica, controle ambiental e prevenção contra incêndios, para os fins de registro, legalização e funcionamento de empresários e pessoas jurídicas, inclusive, com a definição das atividades de risco considerado alto;
- IX - regulamento do regime favorecido, simplificado e diferenciado nas contratações públicas de bens, serviços e obras no âmbito da Administração Pública Municipal;
- X - incentivos fiscais.

O estabelecimento dessas políticas públicas no âmbito municipal, auxilia na garantia do desenvolvimento sustentável das Micro e Pequenas Empresas (MPEs), incluindo o Microempreendedor Individual.

4.1.4 Serviço Brasileiro De Apoio Às Micro E Pequenas Empresas (SEBRAE)

Atua exatamente no apoio à gestão empresarial, promoção da importância dos pequenos negócios e fomento do empreendedorismo. Os principais instrumentos de ação para com os clientes – potencial empresário, Microempreendedor Individual, Microempresa e Empresa de Pequeno Porte – são: consultoria, capacitação e informação técnica. Esses instrumentos trabalham temas de gestão como empreendedorismo; mercado e vendas; pessoas; planejamento; inovação; organização; finanças; cooperação; e leis e normas (SEBRAE).

4.1.5 Serviço Nacional De Aprendizagem Comercial (SENAC)

De acordo com o site do SENAC, seu foco de atuação é o setor de comércio de bens, serviços e turismo. Através de seus programas presenciais e a distância, tem o intuito de formar e capacitar profissionais para esse setor, atuando em diversas áreas inclusive gestão e negócios, compreendendo técnicas organizacionais e de comercialização, economia, informática, marketing, logística, finanças e outros (SENAC, 2013).

4.1.6 Serviço Nacional De Aprendizagem Industrial (SENAI)

O SENAI é uma instituição voltada para o desenvolvimento industrial e criada para qualificar profissionais para atuarem nesse setor. Possui programas de qualificação, que abrange desde cursos de iniciação profissional, formação técnica destinada aos jovens aprendizes ou alunos que estão cursando ou que já tenham cursado o ensino médio, até o aperfeiçoamento profissional no qual os cursos buscam atualizar e ampliar a formação profissional. Essas capacitações aumentam a empregabilidade e geram renda tanto para o profissional quanto para a empresa que o contrata (SENAI).

4.1.7 Serviço Nacional De Aprendizagem Rural (SENAR)

O SENAR é uma entidade que promove cursos e capacitações profissionais do meio rural, das áreas da agricultura, pecuária, silvicultura, aquicultura, extrativismo, agroindústria e outras. Incluindo cursos técnicos, a distância e presencial, com o intuito de desenvolver habilidades e competências para o profissional do campo, desde os estudos em laboratório até a venda para os clientes. Além disso, possui um programa de promoção social, no qual oferece capacitações nas áreas da saúde, alimentação e nutrição, artesanato, organização comunitária, educação e outras (SENAR).

4.1.8 Serviço Social Do Transporte E Serviço Nacional De Aprendizagem Do Transporte (SEST SENAT)

Essas entidades contribuem para o desenvolvimento do setor de transporte e atua na formação de profissionais para atuarem nessa área, oferecendo cursos e serviços. Além dessas capacitações que incluem cursos presenciais, a distância e palestras, ainda oferecem uma especialização em gestão de negócios que tem como objetivo capacitar gestores e executivos de empresas desse ramo nas técnicas de gestão, desenvolvendo o empreendedorismo e a criatividade (SEST SENAT, 2016).

5 LEVANTAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS

Neste levantamento de campo, considerou-se que segundo Gil (2014, p. 55):

As pesquisas desse tipo se caracterizam pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer. Basicamente, procede-se à solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para em seguida, mediante análise quantitativa, obter as conclusões correspondentes dos dados coletados.

Portanto, para realização da pesquisa junto a população de Microempreendedores Individuais no ramo de comércio do município, os quais apresentam um total de 1.983 registros até 27/08/2016, segundo consulta realizada através do site MPE em Números Sebrae Espírito Santo, utilizou-se o questionário como técnica de pesquisa para medir as variáveis.

De acordo com Botelho e Cruz (2013, p. 76) o questionário deve ser respondido pelo participante da pesquisa, sem a presença do pesquisador, podendo possuir questões abertas ou fechadas, geralmente utilizado em pesquisas que abrange uma população numerosa.

Para tornar possível a aplicação do questionário, fez-se necessário calcular a amostragem, sendo resultado do cálculo da seguinte fórmula:

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

Onde, Ochoa (2013) define:

n = O tamanho da amostra que queremos calcular

N = Tamanho do universo (p.e. 136 milhões de brasileiros entre 15 e 65 anos)

Z = É o desvio do valor médio que aceitamos para alcançar o nível de confiança desejado. Em função do nível de confiança que buscamos, usaremos um valor determinado que é dado pela forma da distribuição de Gauss.

[...] e = É a margem de erro máximo que eu quero admitir (p.e. 5%)

p = É a proporção que esperamos encontrar. [...] Como regra geral, usaremos p=50% se eu não tenho nenhuma informação sobre o valor que espero encontrar. Se eu tenho alguma informação, usarei o valor aproximado que espero (ajustando para 50% por via das dúvidas).

Considerando-se que:

$$N = 1983$$

$$Z = 1,28, \text{ considerando nível de confiança de } 80\%$$

$$e = 5\%$$

$$p = 50\%$$

Encontrou-se uma amostra de 152 Microempreendedores Individuais (MEI's).

A pesquisa de campo foi realizada entre os dias 10 a 21 de outubro de 2016, no centro da cidade e nos bairros próximos, onde se encontram a maioria dos Microempreendedores Individuais (MEI's) do ramo de comércio.

Identificou-se através do questionário aplicado faixa etária dos Microempreendedores Individuais; sexo; grau de escolaridade; rendimento médio mensal; meio de acesso à informação; conhecimento sobre as instituições de apoio à micro e pequenas empresas; visita a essas instituições; o que se buscou nessas instituições. Conforme tabulação seguinte.

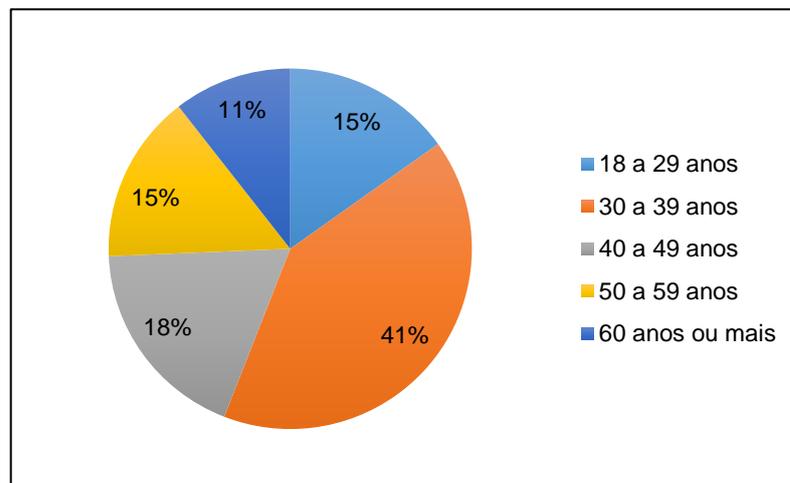


GRÁFICO 1: FAIXA ETÁRIA DOS ENTREVISTADOS

Observando o gráfico, conclui-se que, como Microempreendedor Individual, os adultos de faixa etária entre 30 a 49 anos estão empreendendo mais do que os jovens de 18 a 29 anos e a faixa etária de 50 a 60 anos. Isso indica que as instituições da cidade devem estar atentas, utilizando métodos que atendam e alcancem esse público, não se esquecendo do público mais maduro que talvez necessite de uma atenção específica.

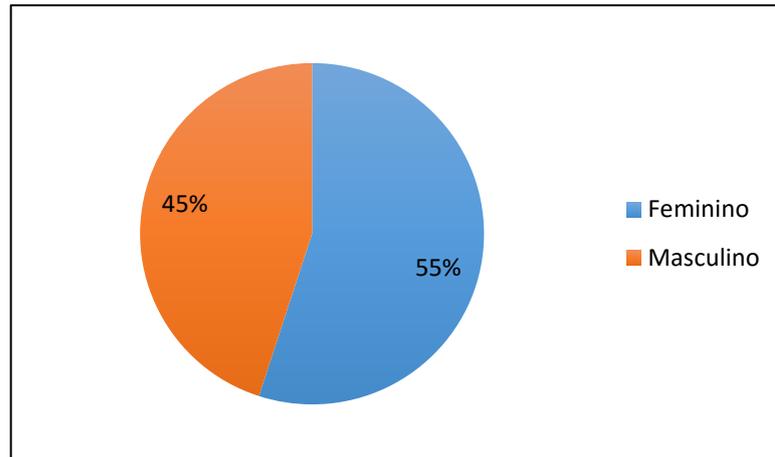


GRÁFICO 2: SEXO DOS ENTREVISTADOS

Segundo uma série de estudos realizada pelo SEBRAE intitulada “Os Donos de Negócio no Brasil”, aponta que em 2012, a participação das mulheres com negócio aumentou no país, devido à expansão na participação das mulheres no mercado de trabalho, associada à queda na taxa de fecundidade, às famílias com cada vez menos filhos, ao crescimento do número de casais sem filhos, de famílias unipessoais, à maior urbanização e à maior escolaridade. Esse perfil nacional também se refletiu no município de São Mateus, basta analisar o gráfico. Indicando que as instituições devem oferecer um atendimento mais específico para esse público.

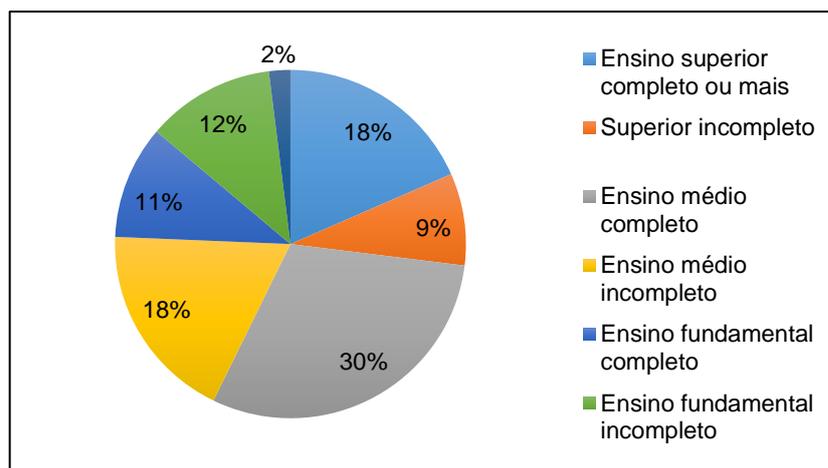


GRÁFICO 3: GRAU DE ESCOLARIDADE DOS ENTREVISTADOS

Quanto ao grau de escolaridade dos entrevistados, observa-se através do gráfico 3 que a maioria dos entrevistados, atingindo 57% deles, possui o ensino médio completo ou mais. Ainda assim, existe uma grande parcela, representando 43%, que vão desde sem formação à ensino médio incompleto. E essa falta de formação pode

influenciar na busca por orientação, informação ou capacitação para ajudar no empreendimento.

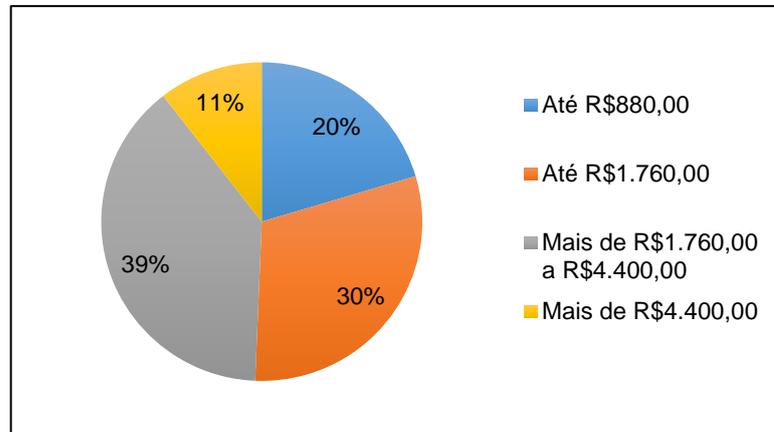


GRÁFICO 4: RENDIMENTO MÉDIO MENSAL DOS ENTREVISTADOS

Conforme delineado no gráfico acima, observa-se que a maior parcela dos entrevistados possui rendimento médio mensal de 2 a 5 salários mínimos, totalizando 69% dos entrevistados. Esse rendimento poderia ser utilizado para buscar conhecimento, muito embora, exija um maior controle financeiro.

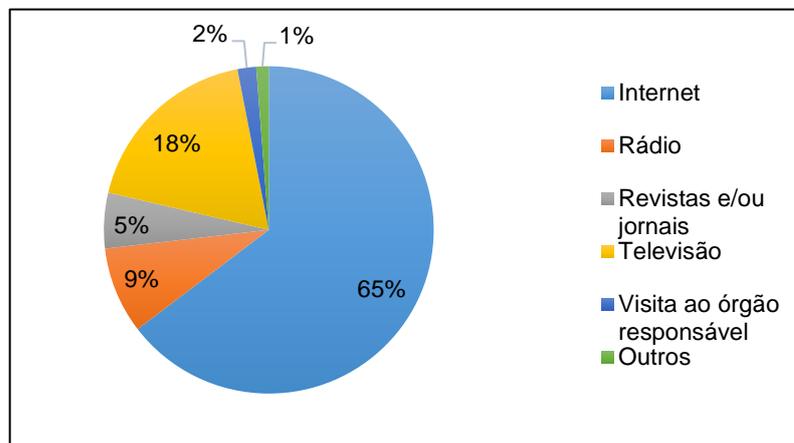


GRÁFICO 5: MEIOS MAIS UTILIZADOS PELOS ENTREVISTADOS NA BUSCA POR INFORMAÇÃO

Analisando o gráfico 5, considerando que a questão é de múltipla escolha, a maioria dos entrevistados respondeu recorrer a internet como meio de buscar informação, em segundo plano a televisão. Dessa forma, as instituições de fomento ao empreendedorismo, que fornecem apoio aos MEI's, deveriam utilizar cada vez mais esses meios de comunicação, entendendo que os outros meios podem não ser eficazes.

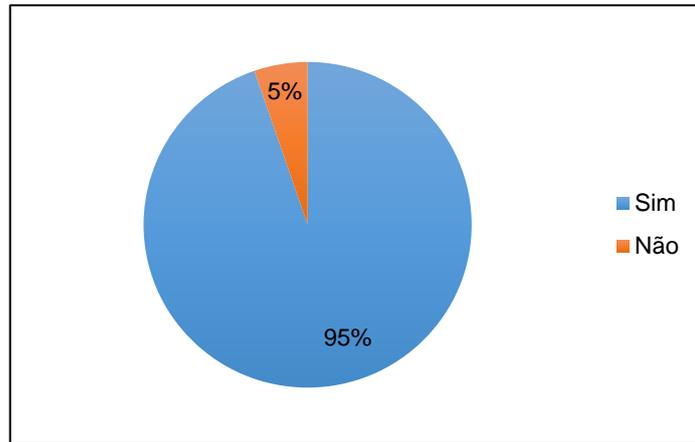


GRÁFICO 6: CONHECIMENTO SOBRE INSTITUIÇÕES DE APOIO

Analisando a tabulação do gráfico 6, que trata do conhecimento sobre as instituições de apoio, dos entrevistados 95% responderam que sim e 5% responderam que não têm conhecimento sobre instituição de apoio alguma.

Entre os que responderam sim – podendo responder mais de uma opção – a maioria tem conhecimento sobre o SEBRAE, representando 54% das respostas, e uma pequena porcentagem das respostas inclui como instituição de apoio a CDL, o Contador, a Prefeitura Municipal, o SENAC, o SENAI e o SEST SENAT. Entretanto, essas instituições poderiam trabalhar mais a divulgação das informações para torná-las mais acessíveis aos MEI's.

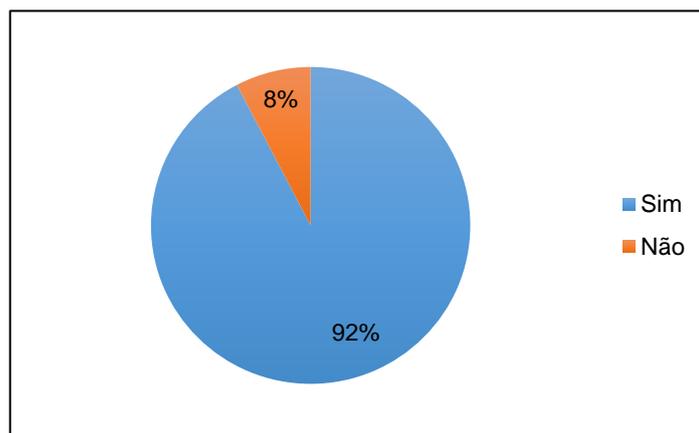


GRÁFICO 7: VISITA À ESSAS INSTITUIÇÕES

Dos que responderam conhecer instituições de apoio, 92% responderam que visitaram essas instituições e 8% responderam que não visitaram. Conforme o gráfico 7.

Entre eles, a maioria buscou apoio do SEBRAE, 56% e outra parcela buscou a CDL, o Contador, a Prefeitura Municipal, o SENAC, o SENAI e o SEST SENAT.

Como visto no gráfico 5, talvez pelo trabalho de divulgação, procurando levar conhecimento a todos por meio da internet e da televisão, o SEBRAE consiga ser a instituição mais procurada pelo público. As demais poderiam melhorar seus métodos de divulgação.

Os que responderam que não visitaram nenhuma das instituições, responderam que o motivo, na maioria delas, foi falta de tempo, representadas por 55%. Uma parcela de 18% afirmou que não precisou, e 27% tiveram outros motivos.

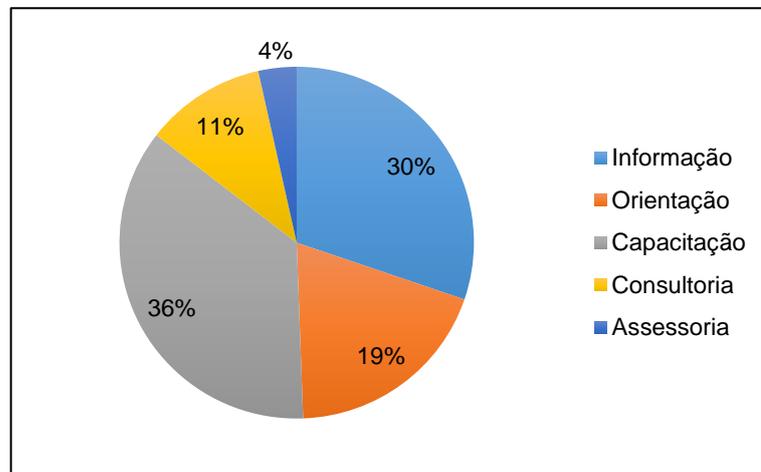


GRÁFICO 8: O QUE FORAM BUSCAR NESSAS INSTITUIÇÕES

Como pode-se observar no gráfico 8, quando questionados sobre o que foram buscar nessas instituições, considerando que a questão é de múltipla escolha, a prevalência das respostas, deu-se pela capacitação, seguida de informação. Dessa forma, seria importante que essas instituições focassem em oferecer capacitação e informação, pois esses dois meios de aprendizagem podem ser o que mais necessitam no gerenciamento do seu negócio.

Por meio da análise dos dados, identificam-se os fatores que influenciam o MEI na busca por informação: falta de promoção e divulgação das instituições apoiadoras dos pequenos negócios, exceto o SEBRAE, que tem obtido melhores resultados, alcançando uma grande parcela desse público, por utilizar ferramentas eficazes de divulgação do trabalho. Segundo divulgação no site da Agência SEBRAE de Notícias em outubro de 2014 “o volume de serviços realizados pela instituição é expressivo. Somente de janeiro a setembro deste ano, o SEBRAE realizou 4,9 milhões de

atendimentos por meio dos diferentes canais, contemplando aproximadamente um milhão de empresas. Somente o novo Portal do SEBRAE, inaugurado no último mês de abril, já registrou mais de 17,1 milhões de acessos até o início de outubro.” Dessa forma, entende-se que as demais instituições poderiam buscar esse público de modo que alcance os mesmos resultados do SEBRAE.

Dentre os Microempreendedores Individuais, notou-se na pesquisa que a faixa etária mais empreendedora no município é a dos adultos de 30 a 49 anos. Assim como no perfil nacional, uma divulgação do Relatório Executivo de pesquisa “Empreendedorismo no Brasil” realizada pelo *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* no ano de 2011, afirma que existe uma maior participação dos adultos entre 25 a 44 anos no empreendedorismo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa de campo realizada no município de São Mateus/ES buscou informar sobre quais fatores influenciam no acesso do Microempreendedor Individual aos recursos oferecidos pelas instituições de apoio aos pequenos negócios.

Observou-se que existe um número expressivo de pequenos negócios e pessoas trabalhando por conta própria no município, notou-se também que a figura do Microempreendedor individual é imensamente importante para a economia da cidade.

Neste contexto, em consonância com os objetivos propostos, constatou-se que existe a disponibilidade de recursos para apoio aos pequenos negócios, os quais diversas instituições disponibilizam. Foi possível traçar um perfil para o MEI, no qual os adultos entre 30 a 49 anos empreendem mais, destacando-se a participação das mulheres; possuem um grau de escolaridade consideravelmente razoável; apresentando rendimento médio mensal de 2 a 5 salários mínimos.

Constatou-se que a falta de conhecimento para empreender o negócio pode influenciar na sobrevivência da empresa, contudo, observou-se que no município de São Mateus/ES existem o SEBRAE e outras instituições que apoiam os pequenos negócios.

Nesta visão, entende-se que, uma das hipóteses deu-se por verdadeira, as dificuldades encontradas são devidas a divulgação não efetiva do trabalho dessas instituições apoiadoras dos pequenos negócios. Esse fator influencia na sobrevivência desses negócios, que por sua vez, influenciarão a economia da cidade e do país.

Diante dessas considerações, recomenda-se que o Governo, juntamente com as instituições de apoio ao empreendedorismo, adquira uma nova visão para trabalhar e alcançar esse público. E que os Microempreendedores Individuais busquem não apenas empreender, mas sim, aprender, adquirindo conhecimento para aprimorar seus negócios. Este trabalho também pode ser utilizado como um guia por quem pretende registrar-se como MEI ou por quem já é registrado, pois apresenta caminhos e informações que facilita a compreensão de conceitos e normas desta figura jurídica.

REFERÊNCIAS

BOTELHO, Joacy M.; CRUZ, Vilma Aparecida G. **Metodologia Científica**. São Paulo: Pearson Education Brasil, 2013.

BRASIL, Lei nº 4.137 de 10 de setembro de 1962. **Regula e repressão ao abuso do Poder Econômico**. Brasília, 23 nov. 1962. Disponível em: <<http://legis.senado.gov.br/legislacao/ListaTextoIntegral.action?id=87962&norma=114004>>. Acesso em 05 jul. 2016.

CDL. **Benefícios**. Disponível em: <<http://www.cdlsaomateus.com/ver-servico/13/Benef%C3%ADcios>>. Acesso em 16 set. 2016.

CDL. **Institucional**. Disponível em: <<http://www.cdlsaomateus.com/institucional>>. Acesso em 16 set. 2016.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de Empresas**. 3. Ed. São Paulo: Makron Books, 1994.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda, 2001.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Prática da Administração de Empresas**. 1. Ed. São Paulo: Pioneira, 1981.

EMPRESÔMETRO MPE. **Estatísticas sobre MPE**. Disponível em <<http://empresometro.cnc.org.br/Estatisticas>>. Acessado em 11 de nov. 2016.

FENACON. **Microempreendedor Individual – MEI**. Disponível em <<http://www.fenacon.org.br/atuacao/microempreendedor-individual-mei-3/>>. Acessado em 05 jul. 2016.

FOLHA ACADÊMICA. **São Mateus pode se tornar uma máquina do setor automotivo**. Disponível em: <<http://folhaacademica.com.br/sao-mateus-pode-se-tornar-uma-maquina-do-setor-automotivo/>>. Acesso em 19 nov. 2016.

FRAGA, André Bravo. **Secretaria da Micro e Pequena Empresa**: Informações sobre a atuação do órgão, e suas principais responsabilidades dentro da estrutura do governo federal. Disponível em: <http://www.smpe.gov.br/aceso_a_informacao/institucional>. Acesso em 19 nov. 2016.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2014.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo**. Disponível em <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relato301rio%20Executivo%20GEM%20Brasil%202011.pdf>>. Acessado em 01 nov. 2016.

HUBERMAN, Leo. **História da Riqueza do Homem**. ed. 21, LTC: Rio de Janeiro, 1986.

LEMOS, Mario Luiz Freitas; ROSA, Sergio Eduardo Silveira. **BNDES 50 Anos - Histórias Setoriais: Os Setores de Comércio e de Serviços**. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Galerias/Convivencia/Publicacoes/Consulta_Expressa/Setor/Comercio_e_Servicos/200212_29.html>. Acesso em 26 nov. 2016.

LONGENECKER, Justin G. *et al.* **Administração de Pequenas Empresas**. 13. Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2015.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

NARDOTO, Eliezer Ortolani. **São Mateus: História, Turismo e Cultura**. São Mateus: Edal Editora Atlântica Ltda, 2005.

OCHOA, Carlos. **Qual é o tamanho da amostra que eu preciso?** Disponível em <<http://www.netquest.com/blog/br/qual-e-o-tamanho-de-amostra-que-preciso/>>. Acessado em 05 jul. 2016.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS. **Lei Nº 807, de 2009**. Institui a Lei Geral Municipal da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte e do Microempreendedor Individual e dá outras providências. Disponível em <http://www.saomateus.es.gov.br/site/leis/Leis%20Municipais_2009_807_5a8a42f0-784f-49c4-8a04-7161e83a0acd.pdf>. Acessado em 01 nov. 2016.

RECEITA FEDERAL. **O que é o Simples Nacional?** Disponível em: <<https://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/Documentos/Pagina.aspx?id=3>>. Acesso em 19 nov. 2016.

SEBRAE. **Entenda as diferenças entre microempresa, pequena empresa e MEI**. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em 19 nov. 2016.

SEBRAE. **Micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil**. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil,ad0fc70646467410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acesso em 19 nov. 2016.

SEBRAE. **O que fazemos**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/o_que_fazemos>. Acesso em 16 set. 2016.

SEBRAE. **Pequeno negócio responde por 99 % dos empreendimentos do RN.** Disponível em: <<http://www.rn.sebrae.com.br/noticia/pequenos-negocios-respondem-por-99-dos-empreendimentos-do-rn/>>. Acesso em 19 nov. 2016.

SEBRAE. **Perfil do Microempreendedor Individual 2012.** Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/a7151751f28145b2dfddcb2cb8833d4f/\\$File/4304.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/a7151751f28145b2dfddcb2cb8833d4f/$File/4304.pdf)>. Acesso em 19 nov. 2016.

SEBRAE. **Quem somos.** Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_quemosos>. Acesso em 16 set. 2016.

SEBRAE. **Ramos de atividades.** Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/ramos-de-atividades,8ef89e665b182410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em 26 nov. 2016.

SEBRAE/NA. **Fatores condicionantes e taxa de mortalidade das MPE 2003: volume I.** Disponível em <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/E96170128C8D5ED9832573460063C25B/\\$File/NT00036032.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/E96170128C8D5ED9832573460063C25B/$File/NT00036032.pdf)>. Acessado em 01 nov. 2016.

SENAC. **Institucional.** Disponível em: <<http://www.senac.br/institucional.aspx>>. Acesso em 16 set. 2016.

SENAC. **Programas.** Disponível em: <<http://www.senac.br/programas.aspx>>. Acesso em 16 set. 2016.

SENAI. **O que é SENAI.** Disponível em: <http://www.senai-es.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=1&Itemid=16>. Acesso em 16 set. 2016.

SENAR. **Quem Somos.** Disponível em: <<http://www.senar.org.br/quem-somos>>. Acesso em 16 set. 2016.

SEST SENAT. **Conheça o SEST SENAT.** Disponível em: <<http://www.sestsenat.org.br/Paginas/conheca-o-sest-senat>>. Acesso em 16 set. 2016.

SEST SENAT. **Gestão de Negócios.** Disponível em: <<http://www.sestsenat.org.br/Paginas/gestao-de-negocios>>. Acesso em 16 set. 2016.

SILVA, Reinaldo Oliveira. **Teorias da Administração.** São Paulo: Person Education Brasil, 2013.

SOUSA, Luis Gonzaga. **Economia Industrial.** Disponível em: <<http://www.eumed.net/libros-gratis/2005/lgs-ei/>>. Acesso em 26 nov. 2016.

**APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS
MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS DO RAMO DE COMÉRCIO
NO MUNICÍPIO DE SÃO MATEUS/ES**

1. Faixa etária:

- () 18 a 29 anos
 () 30 a 39 anos
 () 40 a 49 anos
 () 50 a 59 anos
 () 60 anos ou mais

2. Sexo:

- () Feminino () Masculino

3. Grau de escolaridade:

- () Ensino superior completo ou mais
 () Superior incompleto
 () Ensino médio completo
 () Ensino médio incompleto
 () Ensino fundamental completo
 () Ensino fundamental incompleto
 () Sem formação

4. Rendimento médio mensal:

- () Até R\$880,00
 () Até R\$1.760,00
 () Mais de R\$1.760,00 a R\$4.400,00
 () Mais de R\$4.400,00

5. Na busca por informação, quais meios você mais utiliza?

- () Internet
 () Rádio
 () Revistas e/ou jornais
 () Televisão
 () Visita ao órgão responsável
 () Outros

6. Tem conhecimento sobre instituições que forneçam apoio aos pequenos negócios?

- () Sim () Não

6.1. Se sim, quais?

- () CDL
 () Contador
 () Prefeitura Municipal
 () SEBRAE
 () SENAC
 () SENAI
 () SENAR
 () SEST SENAT
 () Outras instituições

6.2. Você já visitou alguma destas instituições?

- () Sim () Não

6.2.1. Se sim, quais?

- () CDL
 () Contador
 () Prefeitura Municipal
 () SEBRAE
 () SENAC
 () SENAI
 () SENAR
 () SEST SENAT
 () Outras instituições

6.2.2. O que você foi buscar nesta(s) instituição(ões)?

- () Informação
 () Orientação
 () Capacitação
 () Consultoria
 () Assessoria

6.2.3. Se não, por quê?

- () Falta de interesse
 () Falta de tempo
 () Não precisei
 () Outros motivos

APÊNDICE B – TABULAÇÃO DAS INFORMAÇÕES COLETADAS NO LEVANTAMENTO DE CAMPO

1. Faixa etária:		
FATORES DE ESCOLHA	FREQUÊNCIA	%
18 a 29 anos	23	15%
30 a 39 anos	62	41%
40 a 49 anos	28	18%
50 a 59 anos	23	15%
60 anos ou mais	16	11%
TOTAL DE RESPOSTAS	152	100%

Número de pesquisados: 152

2. Sexo:		
FATORES DE ESCOLHA	FREQUÊNCIA	%
Feminino	83	55%
Masculino	69	45%
TOTAL DE RESPOSTAS	152	100%

Número de pesquisados: 152

3. Grau de escolaridade:		
FATORES DE ESCOLHA	FREQUÊNCIA	%
Ensino superior completo ou mais	28	18%
Superior incompleto	13	9%
Ensino médio completo	46	30%
Ensino médio incompleto	28	18%
Ensino fundamental completo	16	11%
Ensino fundamental incompleto	18	12%
Sem formação	3	2%
TOTAL DE RESPOSTAS	152	100%

Número de pesquisados: 152

4. Rendimento médio mensal:		
FATORES DE ESCOLHA	FREQUÊNCIA	%
Até R\$880,00	31	20%
Até R\$1.760,00	46	30%
Mais de R\$1.760,00 a R\$4.400,00	59	39%
Mais de R\$4.400,00	16	11%
TOTAL DE RESPOSTAS	152	100%

Número de pesquisados: 152

5. Na busca por informação, qual meio você mais utiliza?

FATORES DE ESCOLHA	FREQUÊNCIA	%
Internet	106	65%
Rádio	14	9%
Revistas e/ou jornais	9	5%
Televisão	30	18%
Visita ao órgão responsável	3	2%
Outros	2	1%
TOTAL DE RESPOSTAS	164	100%

Número de pesquisados: 152

6. Tem conhecimento sobre instituições que forneçam apoio aos pequenos negócios?

FATORES DE ESCOLHA	FREQUÊNCIA	%
Sim	144	95%
Não	8	5%
TOTAL DE RESPOSTAS	152	100%

Número de pesquisados: 152

6.1. Se sim, quais?

FATORES DE ESCOLHA	FREQUÊNCIA	%
CDL	12	6%
Contador	17	9%
Prefeitura Municipal	14	8%
SEBRAE	100	54%
SENAC	16	9%
SENAI	14	8%
SENAR	0	0%
SEST SENAT	10	5%
Outras instituições	2	1%
TOTAL DE RESPOSTAS	185	100%

Número de pesquisados: 144

6.2. Você já visitou alguma destas instituições?

FATORES DE ESCOLHA	FREQUÊNCIA	%
Sim	133	92%
Não	11	8%
TOTAL DE RESPOSTAS	144	100%

Número de pesquisados: 144

6.2.1. Se sim, quais?

FATORES DE ESCOLHA	FREQUÊNCIA	%
CDL	10	6%
Contador	11	7%
Prefeitura Municipal	12	7%
SEBRAE	92	56%
SENAC	14	9%
SENAI	13	8%
SENAR	0	0%
SEST SENAT	10	6%
Outras instituições	2	1%
TOTAL DE RESPOSTAS	164	100%

Número de pesquisados: 133

6.2.2. O que você foi buscar nesta(s) instituição(ões)?

FATORES DE ESCOLHA	FREQUÊNCIA	%
Informação	52	30%
Orientação	33	19%
Capacitação	62	36%
Consultoria	19	11%
Assessoria	6	3%
TOTAL DE RESPOSTAS	172	100%

Número de pesquisados: 133

6.2.3. Se não, por quê?

FATORES DE ESCOLHA	FREQUÊNCIA	%
Falta de interesse	0	0%
Falta de tempo	6	55%
Não precisei	2	18%
Outros motivos	3	27%
TOTAL DE RESPOSTAS	11	100%

Número de pesquisados: 11