



Microempreendedorismo Individual: O Perfil dos Prestadores de Serviços de Beleza de Volta Redonda/RJ

Ana Paula da Costa Araujo
paulinhaquatis2@gmail.com
FaSF

Leonardo Mello Nascimento
leozao.mello@hotmail.com
FaSF

Natália Contesini dos Santos
netycontesini@hotmail.com
FaSF

Giovana Pampanelli
giopampanelli@gmail.com
FaSF

Marcus Vinícius Barbosa
marcus.barbosa1979@gmail.com
FaSF

Resumo: O trabalho buscou entender o perfil do microempreendedor individual formal, em particular os donos de salões de beleza e barbearias, de Volta Redonda/RJ. Por meio da aplicação de questionário com 30 microempreendimentos, sendo 26 salões de beleza e 4 barbearias, devidamente formalizados, foi possível compreender as características sociais e educacionais desses microempreendedores, levantar os principais motivos para sua formalização como MEI, elencar os principais benefícios percebidos com essa formalização e entender suas principais dificuldades e necessidades. Os dados encontrados reforçam a importância desses microempreendedores em compreender o papel crucial que possuem para o crescimento social e econômico da região onde atuam, o que pode representar um estímulo para a busca constante do aprimoramento de seus negócios. Ainda, sugere-se a necessidade de uma maior conscientização desse público sobre o processo de formalização, os direitos e deveres legais e os benefícios de se ter um CNPJ. Limitações desse estudo e sugestões para futuros estudos são apontadas.

Palavras Chave: Microempreendedores - Perfil - Volta Redonda - MEI -

1. INTRODUÇÃO

A prática microempreendedora no Brasil tem se consolidado como um importante fator de desenvolvimento social e econômico no país, associado principalmente à geração de emprego e renda (GEM, 2015; TONELLI, 2018). No ano de 2014, um a cada três brasileiros adultos estava envolvido na criação ou condução de um negócio próprio e o sonho de tê-lo superava até mesmo o de fazer carreira em uma empresa (GEM, 2015). Aliado a isso, a Lei Complementar nº128/2008 instituiu a personalidade jurídica do microempreendedor individual (MEI), o que garantiu benefícios e estimulou a formalização desses negócios.

Este artigo se concentra na análise dos MEIs, aqueles indivíduos que trabalham, de forma autônoma, em um pequeno negócio com faturamento anual de até R\$81.000,00 (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2019), e que podem gozar de amparo na Lei nº128/2008 para formalização de sua empresa. Um estudo do Sebrae (2017) apontou um crescimento exponencial do micro empreendedorismo no Brasil. Entre o período de 2009 a 2016 foram registrados 6.649.896 MEIs, o que representa uma média de quase 1 milhão de novo negócios por ano, formalizados através da figura jurídica MEI.

Nesse contexto, o município de Volta Redonda, no interior do Rio de Janeiro, assumiu, em 2017, o primeiro lugar no projeto ‘Cidades Empreendedoras’, desenvolvido pelo Sebrae-RJ, com ações de inclusão produtiva e apoio ao MEI, além de uma série de políticas públicas para o desenvolvimento desses negócios (CDL-VR, 2017). Ademais, Volta Redonda é uma cidade de importância significativa para economia regional e estadual, por sediar a Companhia Siderúrgica Nacional e devido a sua localização geográfica privilegiada, entre as cidades de São Paulo e Rio de Janeiro. A cidade possui uma considerável circulação de pessoas e mercadorias, sendo importante eixo logístico, e seu Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) é considerado alto, sediando importantes centros econômicos, como o industrial e o de comércio (PREFEITURA DE VOLTA REDONDA, 2019).

Em Volta Redonda, até setembro de 2019, havia 13.451 microempreendedores devidamente cadastrados, sendo que desses, 1.434 (um mil, quatrocentos e trinta e quatro) são microempreendedores que prestam serviços de cabeleireiro, envolvendo salões de beleza e barbearias (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2019). Diante desse cenário, esse trabalho busca entender o perfil do microempreendedor individual formal, em especial, aqueles donos salões de beleza e barbearias, de Volta Redonda/RJ. A coleta de dados foi feita por meio de questionário semiestruturado, aplicado nos meses de setembro e outubro de 2019, em 30 salões de beleza e barbearias, todos microempreendimentos legalmente formalizados, na cidade de Volta Redonda.

A importância desse estudo está no significativo impacto social e econômico gerado pelos microempreendimentos no cenário brasileiro. Quando lança seu negócio, o MEI contribui para vitalidade econômica da sua região, uma vez que gera empregos não apenas para si, como também para os outros (DORNELAS, 2018). Esse incentivo ao crescimento econômico se mostra relevante no cenário atual do país, visto que, segundo dados do IBGE (2019), de fevereiro a abril de 2019, cerca de 13,2 milhões de brasileiros estavam desempregados, o equivalente a 12,7% da população brasileira considerada ativa.

Para atingir o objetivo proposto, esse artigo foi estruturado em cinco seções, contando com essa Introdução. As seções 2 e 3 apresentam uma síntese da discussão teórica sobre micro empreendedorismo e sobre as Leis Complementares nº 123/2006 e 128/2008. A seção 4 trata do percurso metodológico adotado, a seção 5 apresenta e discute os resultados obtidos e, por fim, a seção 6 traz as considerações finais do estudo, limitações e apontamentos para futuros estudos.

2. MICROEMPREENDEDORISMO

Antes de conceituar o micro empreendedorismo, é importante tratar sobre o empreendedorismo, o qual Dornelas (2018) define como a transformação de ideias em oportunidades, cuja implementação pode resultar em um negócio bem-sucedido. Correlatadamente, Peters e Shepherd (2014) explicam que o empreendedorismo está na ação de se detectar e agir sobre uma oportunidade que traga mais benefícios do que risco.

Com isso, observa-se um consenso em definir o empreendedor como aquele indivíduo com capacidade de iniciativa, de aceitar riscos ou fracassos e de organizar ou reorganizar mecanismos sociais com o intuito de se beneficiar econômica ou socialmente. Diante da necessidade de apresentar algo novo, um desejo e uma vontade de realizar seu projeto, o empreendedor caracteriza-se como alguém que busca desafios, assumindo riscos com ousadia (DORNELAS, 2018).

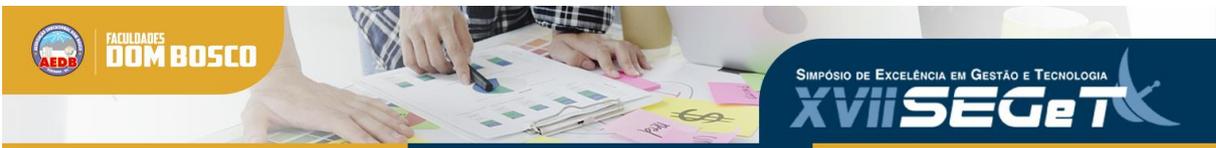
Microempreendedorismo abarca dois conceitos (micro e empreendedorismo) que se tornaram relevantes conforme os negócios foram tomando novos rumos ou conforme o surgimento de novas oportunidades de empreender, tanto no âmbito econômico como social, no mercado nacional. O microempreendedor individual (MEI) é a pessoa que trabalha por conta própria, legalizado como pequeno empresário, com um faturamento de até R\$ 81.000,00 (oitenta e um mil reais) por ano e que não participe em outra empresa como sócio ou titular. Outra condição é ele tenha apenas um empregado contratado que receba o salário mínimo ou o piso correspondente a sua categoria (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2019).

Essa cultura microempreendedora vem sendo inserida em contextos econômicos, acadêmicos e culturais, o que requer o amadurecimento pessoal, profissional e cultural do indivíduo microempreendedor. De acordo com Lacerda (2011), no decorrer da sua experiência nos negócios, o bom microempreendedor deve adquirir ou desenvolver elementos neuro afetivos, capacidade de pensar de forma contextual e ampla, buscando alavancar os negócios e identificar novas oportunidades no mercado. Os ideais coletivos da realização e atribuição de tarefas são alcançados por meio de conhecimentos técnico e profissional (DORNELAS, 2016) e do bom relacionamento do ambiente social no qual o negócio atua, como meio de buscar melhoria e qualidade tanto para micro empreendimento em si quanto para a sociedade que dele usufrui.

Segundo Souza (2019), os microempreendimentos movimentam a economia local. Assim, criar condições para que se fortaleçam e gerem mais emprego e renda, é o melhor caminho para gerar um ciclo de prosperidade a uma região ou setor de economia. De acordo com Sebrae (2017), alguns setores da economia apresentam um maior número de MEIs pelo fato de exigirem menor custo de investimento inicial, possuem pouco número de produtos ou serviços concorrentes e/ou um grande mercado consumidor. Dentre esses setores, está o de serviços, no qual o fator de conhecimento técnico e profissional é o principal capital, com vistas a atender necessidades específicas do mercado consumidor por meio de mão de obra qualificada. Outros setores exigem que o MEI faça um maior investimento inicial no negócio, por terem um alto custo de fabricação de produtos ou prestação de serviços e/ou por possuir um mercado consumidor mais restrito, resultando em um setor com menor número de MEIs.

Em relação aos principais impactos que o MEI gera sob a economia de um país, é importante apontar aqueles que tangenciam o mercado. Deve-se considerar que, a partir de 2014, a economia brasileira enfrentou um período de desaceleração, seguida, em 2015 e 2016, da maior recessão já registrada nos últimos 25 anos no país (SEBRAE, 2018). O trecho abaixo destaca esse episódio, com ênfase para 2018, ano marcado pelo desemprego ainda elevado e pelo crescimento da informalidade no mercado:

Ao longo de 2018, as expectativas de crescimento foram sendo gradativamente reduzidas. No início do ano, os analistas consultados pelo relatório Focus, do Banco Central, esperavam um crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) próximo de 3%.



As expectativas foram piorando com a economia mostrando um ritmo mais fraco do que o esperado, sobretudo, pela incerteza com o futuro político do país e qual seria a agenda econômica adotada pelo novo governo. A greve dos caminhoneiros também contribuiu para a piora da previsão de crescimento da economia no ano, que recuou para 1,3%. (PORTAL G1, 2018)

Nesse cenário, os empreendedores foram responsáveis por criar postos de trabalho, contribuindo para geração de renda da população. Além disso, representaram possíveis fontes de investimentos públicos e privados, os quais contribuíram para a promoção de crescimento econômico ou para uma perspectiva mais positiva da economia brasileira. Nesse âmbito, ressalta-se que a qualificação e conhecimento do empreendedor são fundamentais tanto para o sucesso, a competitividade e a rentabilidade da empresa, quanto para a executividade do seu objeto social.

A formalização do MEI envolve não só a economia, mas também o âmbito social do país. Quando atuam na informalidade, esses trabalhadores têm negados diversos direitos como, por exemplo, aposentadoria, auxílio a doença, gravidez, entre outros. Assim, de modo geral, o trabalhador que tem sua ocupação de modo informal não goza dos princípios da dignidade humana (SILVEIRA e ÁVILA, 2014).

Pesquisa conduzida pelo Sebrae (2017) indicou que 50% do MEIs entrevistados tinham um emprego com carteira assinada antes de se tornar MEI, 23% eram empreendedores informais e 13% eram empregados informais. Nesse âmbito, é necessário compreender que essa atividade econômica possui um amparo legal que garante vantagens. A legalização do MEI se deu a partir de 1º de julho de 2009, com a publicação da Lei Complementar (LC) nº. 128/2008, a qual será abordada a seguir.

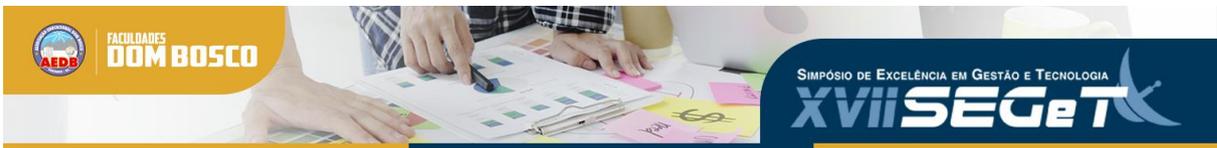
3. LEI COMPLEMENTAR Nº 123/2006 E Nº. 128/2008

A Constituição Brasileira de 1988 estabelece em seus artigos 170, inciso IX, e 179 que as microempresas devem gozar de um tratamento jurídico próprio, com o intuito de diminuir a taxa tributária a qual estão submetidas. Com isso, a LC nº 123/2006 oficializou a proposta do Simples Nacional, um regime simplificado de arrecadação, cobrança e fiscalização de tributos aplicável às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (RECEITA FEDERAL, 2019).

Segundo Veiga Freitas (2015), a LC nº 123/2006 foi alterada pela LC nº. 128/2008, que passou a dar ênfase a figura do Microempreendedor Individual (MEI), sua formalização, benefícios, direitos e deveres. Hirata e Machado (2018) apresentam uma interpretação clara sobre a formalidade do MEI, conceituando-o como aquele cidadão que está apto para trabalhar sob a categoria de autônomo e que, embora não possua vínculo empregatício, contribui com a previdência social. Silva e Chaves (2019) afirmam que o MEI deve buscar segurança e estabilidade financeira, contudo, precisa estar consciente da necessidade de estar em conformidade legal com o mercado e da formalização de seu microempreendimento.

De acordo com a LC nº. 128/2008, o MEI pode optar pelo Simples Nacional como regime tributário, devendo recolher um valor fixo mensal de 5% sobre o salário mínimo vigente, com acréscimo de R\$ 1,00 (um real) de Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), para comércio e indústria, ou de R\$ 5,00 (cinco reais) de Imposto sobre Serviços, para prestadores de serviços (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2019). Tal tributo será recolhido por meio do Documento de Arrecadação do Simples Nacional do MEI (DAS-MEI), como forma de garantir ao MEI os direitos e benefícios estipulados por lei.

Dentre os benefícios garantidos pela LC nº. 128/2008 quando da formalização legal do MEI estão a possibilidade de recolhimento do INSS, o acesso a crédito e a possibilidade de participar de processos de licitações. Garante ainda um CNPJ, a possibilidade de emissão de nota fiscal e de gozar de melhores condições para compras e vendas (SEBRAE, 2017). Algumas outras vantagens estão relacionadas aos direitos e os benefícios previdenciários,



como o salário-maternidade, auxílio-doença, auxílio-doença, auxílio-reclusão, pensão por morte, aposentadoria por invalidez, aposentadoria por idade (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2019).

Assim, a legalização suporta, de modo geral, o crescimento sustentável do microempreendimento como empresa. Além disso, esses benefícios representam uma forma de incentivar, por meio do ordenamento jurídico e tutela, que esses trabalhadores trabalhem de forma digna e exerçam sua atividade econômica perante a sociedade, de maneira simplificada. Desse modo, essa legislação contribui para estimular a competitividade justa do ambiente de negócios brasileiro, otimizar o processo de recolhimento tributário de microempreendimentos, reduzir a burocracia e tornar os processos de gestão dessas empresas mais ágeis.

Em 2009, o Governo Federal criou o Portal do Empreendedor, com o propósito de simplificar a vida do MEI e impulsionar o empreendedorismo no Brasil. Segundo esse portal, o processo de inscrição do MEI é feito mediante cadastro do CNPJ e apresentação dos dados como nome, e-mail, celular e CPF do empreendedor (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2019).

4. METODOLOGIA

Esse estudo tem natureza descritiva, pois descreve as características de determinada população ou fenômeno. A coleta de dados foi feita em duas partes. Em um primeiro momento, foi realizada revisão bibliográfica sobre empreendedorismo, buscando discutir conceitos e teorias relevantes a respeito dos temas. Na segunda parte, foram feitas pesquisas de campo de caráter quantitativo, com intuito de obter informações específicas da amostra pesquisada (MALHOTRA, 2012).

Para fins de delimitação, esse estudo focou no estudo de microempreendedores que prestam serviços de cabelereiro, envolvendo salões de beleza e barbearias, em Volta Redonda. Até setembro de 2019, esses MEIs perfaziam um total de 1.434 (um mil, quatrocentos e trinta e quatro) (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2019), representando, aproximadamente, 11% do total de MEIs formalizados em Volta Redonda. A nível nacional, os MEIs dedicados aos serviços de cabeleiros e outras atividades de tratamento de beleza ocupam o segundo lugar entre as atividades com o maior número de microempreendedores individuais, representando 7,3% do total de MEIs no Brasil (SEBRAE, 2017).

Para a coleta de dados sobre esses MEIs foi utilizado questionário com 15 questões que abordavam aspectos sociais e econômicos; acesso a informação; formalização, obrigações, benefícios e perspectivas futuras para o microempreendimento. Tal questionário foi elaborado com base no Levantamento do Perfil do Microempreendedor Individual, conduzido pelo SEBRAE, em 2017.

Esse questionário foi aplicado em 30 microempreendimentos, sendo 26 salões de beleza e 4 barbearias, devidamente formalizados. Essa amostragem foi não-probabilística por acessibilidade ou conveniência, ocorrendo de acordo com a disponibilidade dos entrevistados (MALHOTRA, 2012). Assim, os MEIs pesquisados foram escolhidos de forma deliberada e julgados adequados por comporem a população de interesse do estudo, excluindo-se, assim, qualquer processo aleatório.

5. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Do total de entrevistados, 33% eram homens e 67% mulheres, observando-se, portanto, a predominância de mulheres a frente desses salões de beleza ou barbearias. Esse dado é correlato a pesquisa do Sebrae (2017), que apontou que serviços de cabeleiros e

outras atividades de tratamento de beleza são, respectivamente, a segunda e terceira atividades como a maior participação das mulheres brasileiras.

Em termos de raça, 57% dos respondentes se declaram brancos e 43%, negros. Em comparação a pesquisa do Sebrae (2017), a nível nacional, existe um predomínio de brancos (43%) e pardos (42%) a frente das MEIs brasileiras, seguido por pretos (11%).

Quanto a escolaridade (Gráfico 1), 37% desses MEIs possuem ensino médio completo, seguido por 30% com ensino fundamental completo, 17% com ensino médio incompleto, 13% com formação técnica completa e 3% com ensino superior completo. Novamente esse dado apresenta correlação com a pesquisa a nível nacional do Sebrae (2017), que apontou que se percebe que a maioria dos MEIs brasileiros possui nível médio completo, correspondendo a 32% do total. Essa pesquisa explica que esse fenômeno é parcialmente explicado pelo aumento da escolaridade da população em geral.

No intuito de identificar qual classe social que esses MEIs pertenciam, foi questionado quantas pessoas moravam na casa do pesquisado e qual o somatório das rendas de todas os moradores, incluindo salários, “bicos”, aposentadorias e outros. Foi utilizada classificação elaborada pela Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República, com valores de maio de 2017, pelo INP-C (SEBRAE, 2017). Conforme mostra o Gráfico 2, 33% desse MEIs moram com mais duas pessoas, 27% moram com mais quatro pessoas, 20% moram com mais três pessoas, 13% moram com cinco ou mais pessoas e 7% moram sozinhos. Todos os respondentes afirmaram possuir renda total de até 3 salários mínimos por mês, o que corresponde, em valores atualizados, a alta classe média brasileira.

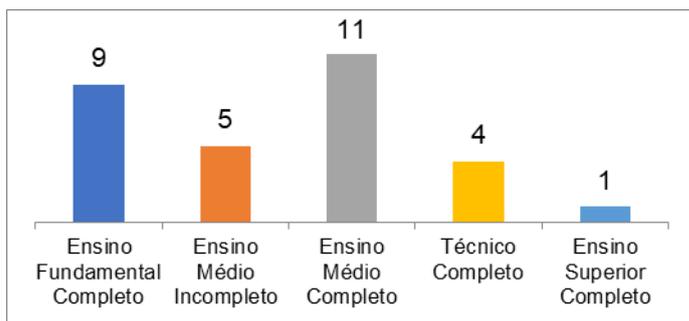


Gráfico 1: Nível de Escolaridade

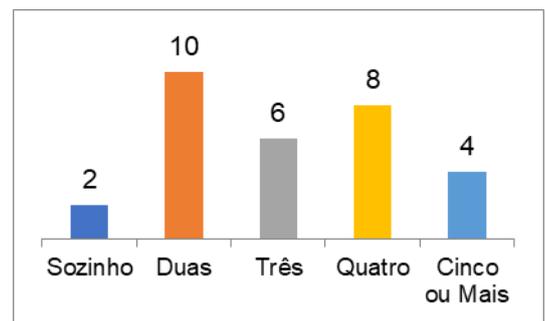


Gráfico 2: Pessoas na casa

No que tange ao local de funcionamento do negócio (Gráfico 3), verificou-se que a maioria dos respondentes (83%) está estabelecida em um ponto comercial e 17% estão operam em sua própria residência. Esse dado apresentou-se em ordem invertida ao padrão nacional, que apresenta 45% dos MEIs brasileiros operando em sua própria residência e 30% em estabelecimento comercial (SEBRAE, 2017).

O Gráfico 4 apresenta a motivação dos MEIs para montar seu salão de beleza ou barbearia. 43% dos respondentes afirmam ter aberto seu negócio por precisar de renda, 20% afirmam que desejavam conquistar sua independência, 17% afirmam ter aberto seu negócio por não terem conseguido emprego com salário bom, 10% afirmam que desejavam praticar seus conhecimentos profissionais e 10% não souberam responder. Nesse ponto, é possível concluir que o empreendedorismo por necessidade é predominante entre os entrevistados.

Conforme o Gráfico 5, antes de abrir seu salão de beleza ou barbearia, 33% desses MEIs eram profissionais com carteira assinada, 30% eram empreendedores informais, 20% eram profissionais sem carteira assinada e 17% eram dono(a)s de casa. Esse dado apresenta correlação com o perfil nacional dos MEIs, que mostrou que 50% dos brasileiros tinham como principal ocupação antes de ser MEI a de empregado formal, seguido de empreendedor informal (23%), empregado informal (13%) e dono de casa (6%) (SEBRAE, 2017).

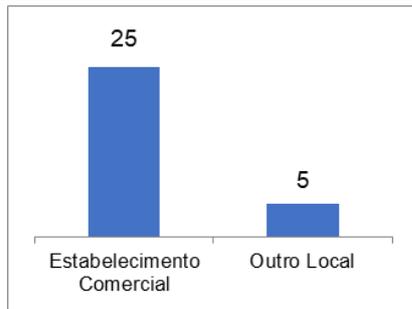


Gráfico 3: Estabelecimento

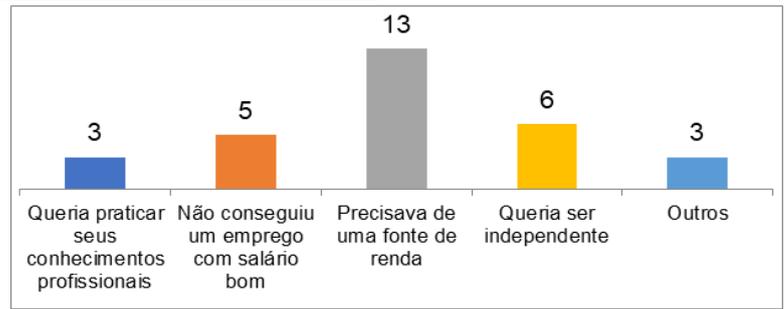


Gráfico 4: Motivação para ser MEI

Gráfico 6 ilustra o tempo de empreendedorismo informal antes de tornar-se MEI, ou seja, o período em que esses MEIs atuaram sem possuir um CNPJ. Mais da metade dos respondentes (57%) não soube responder a essa questão, 27% afirmaram que ficaram menos de 1 ano sem um CNPJ e 16% declararam que ficaram mais de 1 ano atuando sem um CNPJ, antes da formalização. Percebe-se, portanto, que existe espaço para que instituições como SEBRAE e Prefeitura promovam ações de educação e conscientização sobre o assunto, reforçando, por exemplo, as vantagens de se possuir um CNPJ. Levantamento do perfil nacional apontou que, em 2017, 21% dos MEIs nacionais haviam atuado entre 2 e 4 anos sem CNPJ e 7% por menos de 2 anos (SEBRAE, 2017).

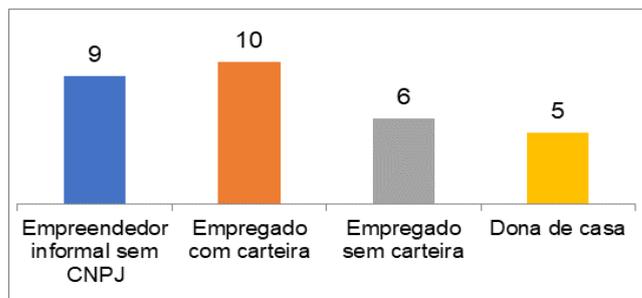


Gráfico 5: Profissão antes de ser MEI

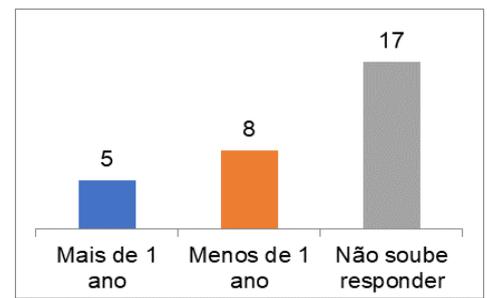


Gráfico 6: Tempo sem CNPJ

Conforme mostra o Gráfico 7, 47% dos respondentes afirmam que a formalização como MEI não o ajudou a vender mais. Já para 33%, a formalização contribuiu para o aumento das vendas. Isso pode apontar para uma percepção, em um primeiro momento, de que a formalização do MEIs não agrega valor ao negócio. Outros 20% não souberam responder a essa questão, o que sugere, novamente, espaço para ações de educação e conscientização sobre as vantagens da formalização do MEI. Esse achado não se mostra aderente ao perfil nacional, que indicou que 78% dos MEIs nacionais afirmavam que houve um aumento do número de vendas após a formalização, enquanto 22% afirmaram que não houve mudança (SEBRAE, 2017).

Conforme Gráfico 8, mais da metade dos respondentes (67%) reconheceu que a formalização do negócio contribuiu para conseguir melhores condições de compras de seus fornecedores. Esse dado é aderente ao padrão nacional, visto que 78% dos MEIs brasileiros afirmaram que a formalização contribuiu para melhores condições de compra (SEBRAE, 2017).

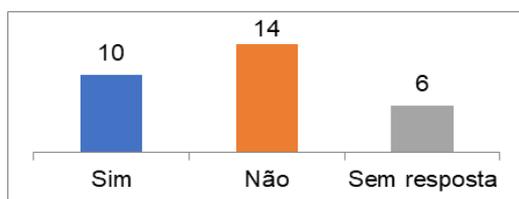


Gráfico 7: Formalização x Vendas

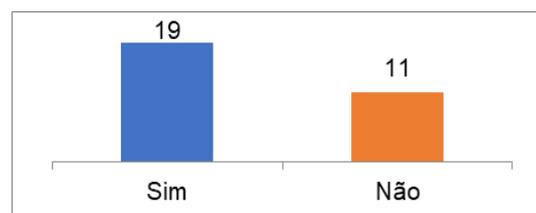


Gráfico 8: Formalização X Compras

Questionados sobre o acesso ao crédito, 73% dos respondentes afirmaram não ter buscado por empréstimos como pessoa jurídica após a sua formalização, contra 27% admitindo a busca e acesso ao crédito, conforme mostra o Gráfico 9. De modo correlato, pesquisa do SEBRAE (2017) a nível nacional indicou que 79% dos MEIs brasileiros não buscaram empréstimo, 11% buscaram e conseguiram empréstimo e 9% buscaram e não conseguiram empréstimo.

Quando questionados se haviam recebido ajuda para se registrar como MEI (Gráfico 10), 37% declararam não terem solicitado ajuda, provavelmente pela facilidade do processo de abertura, que pode ser feito rapidamente e online pelo Portal do Empreendedor, site disponibilizado pelo Governo. Outros 37% dos pesquisados afirmam ter solicitado a ajuda de amigos ou familiares, 17% contrataram contadores e 10% recorreram a Prefeitura e outras instituições. Nenhum respondente afirmou ter recorrido aos serviços de orientação do SEBRAE ou de empresas especializadas, o que chama atenção, visto o papel dessas instituições em oferecer serviços de orientação e educação para MEIs, seja para auxiliar seu estabelecimento formal, contribuir para o crescimento no mercado e minimização das possibilidades de falência. Contudo, deve-se considerar a importância do auxílio de outros atores nesse processo de formalização, o que pode auxiliar na redução da proporção de inadimplência e de inatividade.

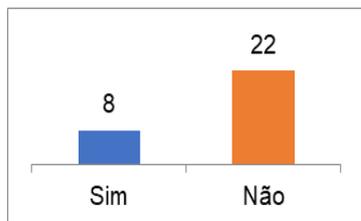


Gráfico 9: Acesso a Crédito

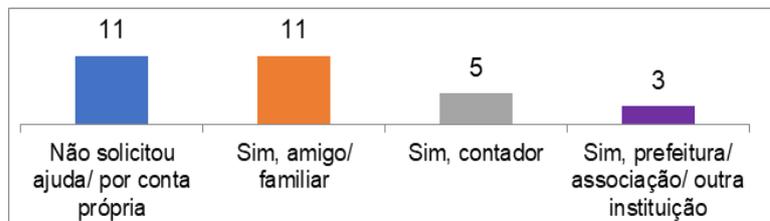


Gráfico 10: Ajuda para registrar-se como MEI

Para investigar a importância do negócio para a geração de renda, os entrevistados foram questionados se possuíam outras fontes de renda, além do seu negócio como MEI. Conforme Gráfico 11, a maioria dos respondentes (83%) não tem outra fonte de renda além da sua atividade como MEI, o que reforça a centralidade e importância do sucesso desses negócios para o sustento desses microempreendedores. Os demais 17% afirmam possuir outra fonte de renda além de seu salão de beleza ou barbearia, porém preferiu não especificar qual. Novamente esse dado se mostra aderente ao perfil nacional, visto que 77% dos MEIs brasileiros entrevistados pelo SEBRAE (2017) não possuía nenhuma outra fonte de renda, além de seu negócio.

Outro aspecto investigado foram os fatores que influenciaram a decisão dos microempreendedores entrevistados pela formalização, conforme mostra o Gráfico 12. Os benefícios do INSS, como aposentadoria, auxílio-doença, salário-maternidade, pensão, entre outros, foram apontados por 53% dos respondentes como o principal benefício da formalização do negócio. Esse resultado corrobora com o que defende Carmo et al. (2015) ao afirmar que, dentre os benefícios mais relevantes para estimular a formalização do negócio destacados na legislação pertinente a MEI, estão os referentes ao acesso ao INSS. Igualmente, esse dado reflete o perfil nacional levantado na pesquisa do Sebrae (2017), que aponta que 26% dos MEIs brasileiros consideram os benefícios de INSS como principal motivo para a formalização. O valor pago pelo MEI referente ao INSS é inferior ao valor que seria pago como autônomo. Outros 27% reconhecem como motivo pela formalização a possibilidade de crescer mais como empresa, 7% afirmam que foi devido aos baixos custos associados ao processo de formalização, 7% declaram que foi devido a possibilidade de aceitar cartão de crédito e/ou débito e outros 7% não souberam responder.

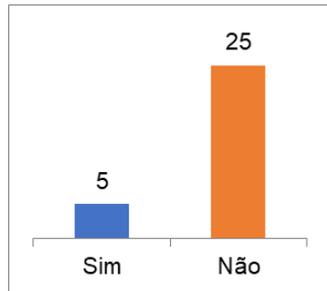


Gráfico 11: Renda extra

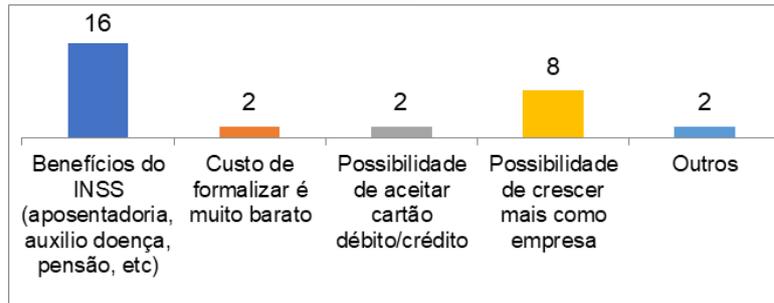


Gráfico 12: Motivo para registrar-se como MEI

O Gráfico 13 trata das principais dificuldades enfrentadas por esses MEIs. 30% dos respondentes reconhecem o fato de ter que lidar e competir com concorrentes como principal dificuldade no dia a dia do negócio. 27% consideram que conquistar clientes e vender mais são suas maiores dificuldades. Para 17%, as principais dificuldades enfrentadas se concentram em torno de questões relacionadas ao ponto comercial, como infraestrutura, aluguel e localização. Em seguida, são pontuadas dificuldades em adquirir matéria-prima ou insumos bons e barato (7%), conseguir crédito ou dinheiro emprestado (7%) e controlar o orçamento e parte financeira da empresa (7%). Por fim, 7% afirmam não ter dificuldades. Os resultados nacionais foram que 31% dos MEIs brasileiros entrevistados afirmam que conquistar clientes é sua principal dificuldade, seguida de acesso a crédito (7%), lidar e competir com os concorrentes (6%), gerir o negócio (3%) e lidar com questões relacionadas ao ponto comercial (3%) (SEBRAE, 2017). Uma vez que não foi feita essa correlação, é pertinente questionar a influência entre as dificuldades apontadas e a escolaridade dos MEIs. Por exemplo, no levantamento nacional, o público menos escolarizado declarou ter mais dificuldade em conquistar clientes e vender mais.

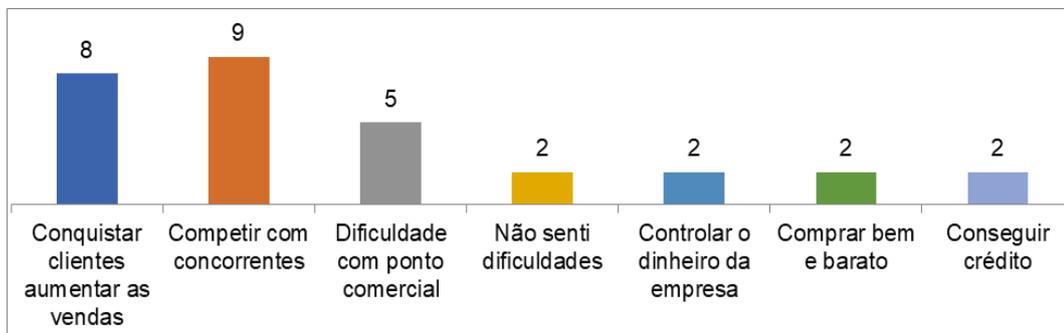


Gráfico 13: Dificuldades enfrentadas no dia a dia

O Gráfico 14 apresenta as áreas que os MEIs afirmam sentir mais necessidade de capacitação, cursos ou consultorias. 40% dos respondentes sentem que precisam melhorar seus conhecimentos quanto a finanças e controles financeiros e 17% reconhecem que precisam de cursos na área de propaganda e marketing. Em seguida, são reconhecidas como necessárias capacitações sobre o uso de redes sociais (13%), melhoria da qualidade do produto ou serviço (13%) e atendimento ao cliente (10%). 7% afirmam não precisar de cursos ou capacitações. A nível nacional, 53% dos MEIs brasileiros declaram que necessidade de capacitação em controle financeiro (53%), seguido de orientação para crédito (52%), propaganda e marketing (47%), qualidade de produto ou serviço (46%), uso de redes sociais (37%) e atendimento ao cliente (36%). 17% dos MEI brasileiros responderam não terem necessidade de capacitação (SEBRAE, 2017). Evidencia-se a importância de buscar educação e orientação de instituições e órgãos competentes como forma de expandir os negócios, conforme defendido por Dornelas (2016) ao defender a necessidade de o microempreendedor de buscar conhecimentos técnicos e profissionais para, assim, contribuir para o crescimento social e econômico da região onde atua. Novamente, é pertinente questionar a correlação entre essas demandas e a escolaridade dos MEIs.

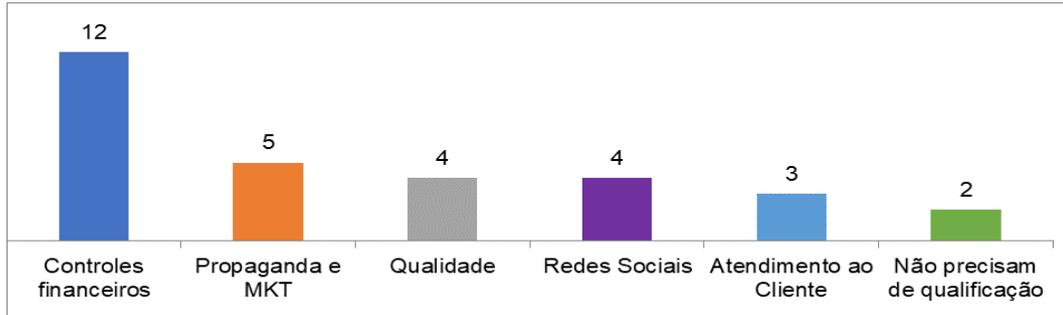


Gráfico 14: Áreas com necessidade de capacitação

Por fim, o Gráfico 15 demonstra o grau, de 0 a 5 (sendo 0 com certeza não recomendaria e 5 com certeza recomendaria), em que os respondentes recomendariam a formalização como MEI para alguém que tenha um negócio informal. 60% dos respondentes afirmam que com certeza recomendariam essa formalização (grau 5), 27% recomendariam fortemente essa formalização (grau 4) e 13% não recomendariam essa formalização (grau 2). A pesquisa do SEBRAE (2017) a nível nacional, agregou esses graus em notas altas (5 e 4), medianas (3) e baixas (2 e 1): as notas altas foram dadas por 78% dos MEI, notas medianas por 16% e notas baixas por 6%. O alto grau de recomendação dos entrevistados parece indicar uma satisfação com a formalização.

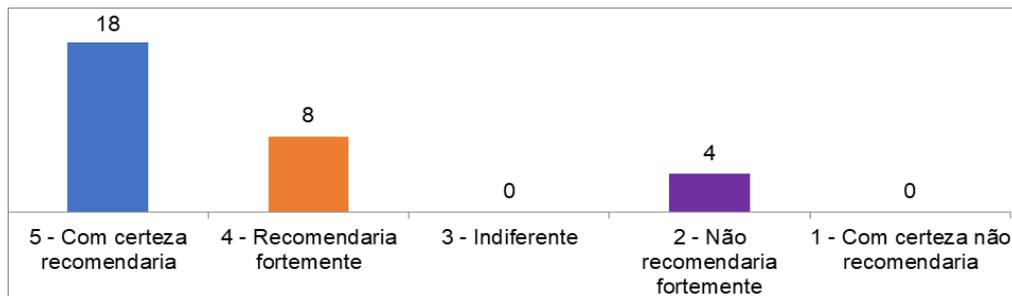


Gráfico 15: Grau de recomendação quanto a formalização como MEI

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse estudo buscou entender o perfil do microempreendedor individual formal, em particular os donos de salões de beleza e barbearias na cidade de Volta Redonda/RJ. Por meio de aplicação de questionário com 24 salões e beleza e 6 barbearias formalizados foi possível evidenciar uma aderência do perfil dos MEIs entrevistados ao perfil nacional de MEIs. A maior parte desses microempreendedores são mulheres, se declaram brancos, possuem o ensino médio completo, que moram com duas pessoas, possuem renda de 3 salários mínimos. A maioria está estabelecida em um ponto comercial e pratica o empreendedorismo por necessidade, visto que abriu seu negócio por precisar de uma fonte de renda. Antes de abrir seu negócio, a grande maioria possuía emprego com carteira assinada ou empreendia informalmente e, atualmente, não tem outra fonte de renda além da sua atividade como MEI.

Um ponto interessante foi que mais da metade dos respondentes não soube responder por quanto tempo atuou sem CNPJ, o que pode sugerir espaço para promoção de ações de educação e conscientização sobre o assunto por parte de instituições como SEBRAE e Prefeitura. A maioria afirmou que a formalização como MEI não ajudou a aumentar as vendas no negócio, porém contribuiu para melhores condições de compras de seus fornecedores. Em sua maioria, os microempreendedores respondentes não buscaram empréstimos após iniciar seu negócio. Para se registrar como MEI, a maioria solicitou a ajuda de um amigo ou familiar ou não precisou de ajuda, o que pode apontar para a facilidade do processo de formalização do MEI e para a ludicidade e fácil acesso a informações sobre o assunto.



Os fatores que motivam a formalização são diversos, mas o mais relevante é o benefício da seguridade social (INSS). O fato de ter que lidar e competir com concorrentes, conquistar clientes e vender mais são as principais dificuldades enfrentadas por esses MEIs. Assuntos relacionados a finanças e controles financeiros, propaganda e marketing, o uso de redes sociais, melhoria da qualidade e atendimento ao cliente são as áreas que esses MEIs afirmam sentir mais necessidade de capacitação, cursos ou consultorias. Esses dados podem indicar promissoras áreas para empresas e instituições de ensino, capacitação e consultoria da região formularem cursos e treinamentos, voltados especificamente para esse público.

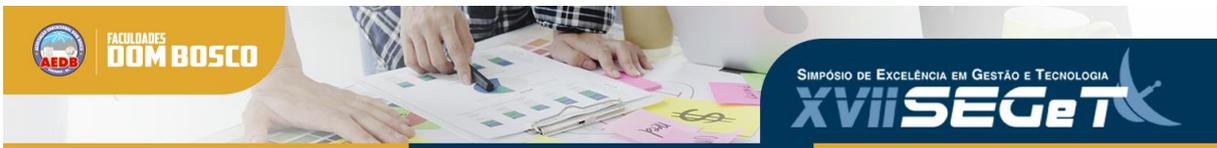
Com base nos dados levantados, pode-se concluir que esses microempreendedores possuem conhecimentos básicos sobre a administração de seus negócios e ainda possuem espaço para inovar em seus campos de atuação. Considera-se que a assessoria e consultoria de empresas e instituições podem contribuir para o crescimento e sustentabilidade desses negócios. É importante ainda atentar que esses negócios merecem planos de negócios adequados para sua alavancagem e sustentabilidade no mercado atual, com o devido estudo sobre o cenário econômico, social e tecnológico e o setor onde se atua, o perfil dos clientes e da concorrência, o produto ou serviço oferecido, seu preço e condições de venda e a estrutura organizacional.

Os dados encontrados reforçam a importância desses microempreendedores em compreender o papel crucial que possuem para o crescimento social e econômico da região onde atuam, o que pode representar um forte estímulo para a busca constante do aprimoramento de seus negócios. Ainda, percebe-se que falta uma maior conscientização desse público sobre o processo de formalização, os direitos e deveres legais e os benefícios de se ter um CNPJ.

A presente pesquisa teve como fator de limitação a dificuldade de acesso aos MEIs da cidade, visto o não fornecimento de dados por parte da Prefeitura e a dificuldade até mesmo de se conseguir dados oficiais a respeito do número de MEIs atuante na cidade de Volta Redonda. Outra limitação diz respeito a generalização dos dados encontrados nesses estudos, devido as características da amostra. Portanto, como trabalhos futuros sugere-se uma pesquisa com uma amostra maior de respondentes. Do mesmo modo, novos estudos podem se concentrar em entender o perfil de MEIs de outras cidades ou de outros segmentos. Ainda, futuras pesquisas podem fazer uso do questionário de Levantamento do Perfil do Microempreendedor Individual (SEBRAE, 2017), uma vez que para o presente estudo, por questões de limitação de espaço, optou-se por utilizar somente uma parte desse questionário.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BRASIL. Lei Complementar n.º 123, de 14 de dezembro de 2006. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 31 jan. 2009. Seção 1, pt. 1, p. 1-12.
- BRASIL. Lei Complementar n.º 128, de 19 de dezembro de 2008. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 22 dez. 2008. Seção 1, pt. 1, p. 1-7.
- CARMO, H. M. O. et al. Microempreendedor Individual (MEI): Benefícios e Desafios da Legislação Brasileira para Aplicação na Prática da Ação. **Anais do XVIII SemeAd, Seminários em Administração**, 2015
- CÂMARA DE DIRIGENTES LOJISTAS DE VOLTA REDONDA. **Volta Redonda assume o primeiro lugar no “Cidades Empreendedoras”**, 22 jul. 2017. Disponível em: <<http://www.cdldr.org.br/noticias/3103/volta-redonda-assume-o-primeiro-lugar-no-cidades-empreendedoras>> Acesso: 10 abr. 2019.
- DORNELAS, J. **Empreendedorismo**: Transformando Ideias em Negócios. Rio de Janeiro: Empreende/ Fazendo Acontecer, 2018.
- _____. **Empreendedorismo para visionários**: Desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação. Rio de Janeiro: Empreende/ LTC, 2016.
- GEM. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil**: Análise dos resultados do GEM por gênero. Curitiba: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade – IBQP/SEBRAE/FGV, 2015.



HIRATA, G. I.; MACHADO, A. F. Conceito de informalidade/formalidade e uma proposta de tipologia. **Econômica**, v. 10, n. 1, p. 123-143, 2018.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/3086/pnacm_2019_abr.pdf>. Acesso: 10 abr. 2019.

LACERDA, D. P. Cultura organizacional: sinergias e alergias entre Hofstede e Trompenaars. **Revista de Administração Pública**, v. 45, n. 5, p. 1285-1301, 2011.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing**. Porto Alegre: Bookman, 2012.

PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2014

PORTAL DO EMPREENDEDOR. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/>>. Acesso: 10 abr. 2019.

PORTAL G1. **Retrospectiva 2018**, 21 dez. 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/retrospectiva/2018/noticia/2018/12/21/retrospectiva-2018-a-economia-brasileira-em-6-graficos.ghtml>>. Acesso: 10 abr. 2019.

PREFEITURA DE VOLTA REDONDA. **Dados econômicos**. Disponível em <<https://new.voltaredonga.rj.gov.br/>>. Acesso: 10 abr. 2019.

RECEITA FEDERAL, **Simples Nacional**. Disponível em: <<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/>>. Acesso: 10 abr. 2019.

SEBRAE – SERVIÇO DE APOIO ÀS MICROS E PEQUENAS EMPRESAS, **Os Negócios Promissores em 2018**. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/39136f37d740c6fedee7e845e1ab7270/\\$File/9950.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/39136f37d740c6fedee7e845e1ab7270/$File/9950.pdf)>. Acesso: 10 abr. 2019.

_____. **Perfil do Microempreendedor Individual 2017**. Disponível em: <http://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2018/03/Perfil-do-Microempreendedor-Individual_2017-v10.pdf>. Acesso: 10 abr. 2019.

SILVA, C.; CHAVES, R. O Empreendedorismo Social: Uma Ilustração. **Anais do VII Congresso Português de Sociologia**. Universidade do Porto, 2019.

SILVEIRA, J. P.; ÁVILA, L. A. Políticas públicas para a formalização do microempreendedor individual: Considerações sobre formulação, implementação e efeitos. **Centro Científico Conhecer**, v. 10, n. 19, p. 421-429, 2014

SOUZA, V. M. Incentivo Públicos ao Microempreendedores em sua inovação por programa de aceleração: Inovativa do Brasil. **Anais do IX Congresso Internacional de Conhecimento e Inovação**, 2019

TONELLI, J. M. Novos Negócios e Empreendedorismo. **GVExecutivo**, v. 17, n. 3, p. 2-3, 2018

VEIGA FREITAS, S. M. H. M. S. Perfil do Empreendedor: Análise de suas Relações e Valores. **Revista de Gestão Organizacional**, v. 8, n. 3, 2015