

Microempreendedor Individual Catarinense: uma análise descritiva do perfil dos empreendedores individuais em Santa Catarina

GUSTAVO BEHLING

Universidade do Vale do Itajaí
gustavobehling@terra.com.br

CHRISTIANE MENDES DROZDEK PEREIRA

Universidade do Vale do Itajaí
christiane.pereira2006@ig.com.br

EVERTON CORDEIRO MAZZOLENI

Universidade do Vale do Itajaí
ecmazzoleni@yahoo.com.br

SHEILA SCHLICKMAN BACCIN

Universidade do Vale do Itajaí
sheila@ampernet.com.br

FERNANDO CESAR LENZI

Universidade do Vale do Itajaí
lenzi@univali.br

Microempreendedor Individual Catarinense: uma análise descritiva do perfil dos empreendedores individuais em Santa Catarina

1. Introdução

A criação da Lei Complementar n.º 128, de 19/12/2008 possibilitou e incentivou que trabalhadores autônomos informais regularizassem sua situação, legalizando suas atividades empresariais. Segundo a lei, o Microempreendedor Individual (MEI) é a pessoa que trabalha por conta própria e possui no máximo um funcionário contratado, que receba um salário mínimo ou o piso salarial da categoria. Além disso, para se enquadrar como Microempreendedor Individual, a pessoa não pode ter participação em outra empresa como sócio e o seu faturamento anual não pode exceder os 60 mil reais anuais. A partir do ano de 2009, influenciados pelas vantagens oferecidas pela regularização de suas atividades empresariais através do MEI, mais de três milhões de empreendedores registraram-se no Portal do Empreendedor, a forma criada pelo governo para realização do registro. Entre os benefícios que incentivaram o número elevado de pessoas a buscarem a formalização, estão: a) o registro no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), que possibilita a emissão de notas fiscais e credencia o microempreendedor individual a prestar serviços para empresas e participar de processos licitatórios; b) a isenção de tributos federais, já que o microempreendedor individual recolhe mensalmente um valor fixo (entre R\$ 34,90 e R\$ 39,90), destinados à Previdência Social e ao ICMS ou ISS; c) por tornar-se contribuinte da Previdência Social, o empresário enquadrado como MEI, passa a ter acesso à benefícios como auxílio maternidade, auxílio doença e aposentadoria; d) possibilidade de acesso a serviços bancários exclusivos às empresas; e) isenção de taxas para registro da empresa e a facilidade deste registro, através do Portal do Empreendedor.

Como citado anteriormente, de acordo com dados do Portal do Empreendedor, até o início de junho de 2013, 3.070.425 empreendedores realizaram a sua formalização através do MEI. Entre esses estão os que se registraram diretamente como MEI além dos Empresários Individuais, enquadrados no SIMPLES Nacional que fizeram a opção de alteração para MEI, possibilidade concedida às empresas no início dos exercícios fiscais. Deste total de empresários, 105.429 estão estabelecidos em Santa Catarina.

É fato que o registro do Microempreendedor Individual oferece diversas vantagens para os empreendedores bem como formaliza uma grande parcela da economia que estava à margem das estatísticas do governo. Por se tratar de um método de exercício de atividade empresarial relativamente recente, ainda não se tem conhecimento pleno acerca dos reflexos da formalização dessas atividades para a economia, nem sequer informações sobre os microempreendedores que buscaram a legalização.

2. Problema de Pesquisa e Objetivos

Desta forma, o artigo busca responder à seguinte questão de pesquisa: qual o perfil demográfico do empresário catarinense registrado como Microempreendedor Individual (MEI)? Através da análise de dados secundários disponibilizados no Portal do Empreendedor, o objetivo geral do estudo é descrever o perfil demográfico dos microempreendedores individuais registrados no estado de Santa Catarina, no período de 2009 a 2012.

Como objetivos complementares da pesquisa, podemos citar: a) identificar os ramos de atuação do microempreendedor individual; b) conhecer a forma de atuação dos

microempreendedores individuais catarinenses (se atuam em estabelecimento fixo, porta a porta, através da internet, etc); c) realizar um comparativo das estatísticas nacionais com os dados do estado; d) analisar o perfil demográfico dos Empresários Individuais enquadrados no Simples Nacional que alteraram seu registro para Microempreendedor Individual (MEI) e por fim; e) analisar a evolução dos registros de MEI em Santa Catarina e compará-los aos registros de empresas de outras naturezas.

A descrição dessas informações, ainda desconhecidas em função da recente criação da Lei, pode proporcionar melhor entendimento acerca dessa nova figura representativa da economia brasileira. As informações preliminares oriundas da pesquisa podem suscitar estudos posteriores mais aprofundados a respeito do Microempreendedor Individual e sobre o impacto desta nova modalidade empresarial na economia, o que justifica a sua realização. O artigo está dividido em cinco seções, além desta introdução: na primeira será realizada uma abordagem teórica acerca do empreendedorismo. Posteriormente será detalhado o método utilizado, na seção seguinte serão apresentados os dados e as referidas análises e por fim, o item 5 trará as considerações finais do estudo.

3. Revisão Bibliográfica

A presente revisão de literatura objetiva levantar definições, características e abordar a importância social do empreendedorismo, bem como facilitar o entendimento das características da Lei Complementar n.º 128, de 19/12/2008 que regulamenta o Microempreendedor Individual (MEI).

3.1 O empreendedorismo

A construção do conceito empreendedorismo, apesar de amplamente pesquisado e discutido ainda não apresenta uma definição clara e única sobre o termo, pois o mesmo é recheado de subjetividades e depende do contexto em que se encontra inserido.

Um dos precursores do conceito de empreendedorismo, Richard Cantillon, via no ato de comprar e vender algo, a implicação da incerteza do seu retorno (CANTILLON 1755 *apud* Hashimoto 2010). Jean Batiste Say (1803) trouxe outro conceito, pregando que o empreendedorismo baseava-se na transferência de recursos de uma atividade que não gera grandes rendimentos para outra, onde seja possível adquirir maior rentabilidade. Para isso, acreditava que os recursos de pouco valor deveriam ser transformados em algo que as pessoas necessitassem e estivessem dispostas a pagar para adquiri-las, caracterizando um senso de busca de oportunidades. Ainda para Say, o empreendedor era um grande agente de mudanças e contribuía para com a sociedade a partir de pagamentos de impostos.

Outro pioneiro da utilização do termo foi o economista Joseph Schumpeter, que associava o empreendedorismo à inovação. Para ele, o empreendedor cria novas combinações a partir dos fatores de produção existentes. O progresso econômico, na sua visão, provém de atribuir novos usos a recursos já existentes, processo que denomina de inovação. Para Schumpeter, cada produto obedece a um ciclo, que renovado de tempos em tempos, gera novos produtos substitutos (SCHUMPETER; 1928).

Abordando as características técnicas do empreendedor, Schumpeter (1949) declara que o sucesso em tirar proveito de situações favoráveis não é meramente uma questão de sorte e envolve a aptidão para a administração, a capacidade de tomar decisões rápidas e mais uma série de coisas, que denomina como uma “capacidade empresarial distinta”.

Os pesquisadores Morris, Lewis e Sexton (1994), definem o empreendedorismo como uma atividade que parte de um processo gerado por entradas, identificado através de oportunidades, de pessoas e dos recursos disponíveis e que gera retorno através de novos negócios, produtos, serviços, rendas e empregos. Os autores ilustraram, através de uma tabela, em seu artigo de 1994, esses “*inputs e outputs*”, definidos como perspectivas sobre a natureza do empreendedorismo.

Tabela 1: Sete perspectivas sobre a natureza do empreendedorismo

Criação de riqueza	Empreendedorismo envolve assumir o risco associado em troca da produção de lucro.
Criação do empreendimento	Empreendedorismo implica a fundação de um novo negócio investindo onde não existe antecedentes.
Criação de inovação	Empreendedorismo é preocupado com a combinação dos recursos que transformam métodos existentes e produtos obsoletos.
Criação de mudança	Empreendedorismo envolve criar mudanças ajustando, adaptando e modificando uma abordagem pessoal, e competência para atender diferentes oportunidades em um ambiente.
Criação de empregos	Empreendedorismo é a preocupação com emprego, gerenciamento e desenvolvimento e fatores de produção, incluindo força de trabalho
Criação de valor	Empreendedorismo é um processo de criação de valor para cliente através da exploração de oportunidades inexploradas.
Criação de crescimento	Empreendedorismo é definido como uma força e orientação positiva em direção ao crescimento em vendas, renda avaliação e emprego.

Fonte: Adaptado e traduzido de Morris, Lewis e Sexton (1994).

Complementando seus estudos, os autores realizaram uma bibliométrica identificando os termos-chave utilizados nas definições de empreendedorismo, que resultou em 18 termos. Abaixo são apresentados os cinco termos mais citados nos conceitos de empreendedorismo a partir do estudo bibliométrico de Morris, Lewis e Sexton (1994):

Tabela 2: Termos-chave sobre definições de empreendedorismo

TERMOS-CHAVE	NÚMERO DE MENCÕES
Iniciar/fundar/criar	41
Novo negócio	40
Inovação/novos produtos/novos mercados	39
Aproveitamento de oportunidades	31
Risco/incerteza	25

Fonte: Adaptado e traduzido de Morris, Lewis e Sexton (1994).

Os termos remetem claramente a uma definição de empreendedorismo que aborde a criação de novos negócios para o aproveitamento de oportunidades geradas, a partir da inovação em produtos e mercados, sem desconsiderar o risco e a incerteza envolvidos, evidenciando os conceitos anteriores de Cantillon, Say e Schumpeter.

A criatividade é uma característica importante do empreendedor citada por Hamel e Prahalad (1997). Para os autores, a visão estratégica do negócio permite ao empreendedor superar as limitações dos recursos, utilizando-se da criatividade para um melhor aproveitamento destes. Este conceito é reforçado por Dornelas (2001), quando alega que a visão do empreendedor deve ir além dos processos organizacionais e visualizar um mundo além do horizonte, pensando em sonhos e necessidades para a construção de uma sociedade melhor. Pensar algo que revolucione, crie, transforme, inove e que consiga transformar sonhos em realidade.

Nesta linha da visão estratégica e inovação, Drucker (2001) reforça a necessidade de o empreendedor estar atento às mudanças, criando novas oportunidades em mercados ainda não explorados, encontrando e explorando nichos especializados e a partir disso, desenvolver produtos ou serviços únicos, diferenciados, que garantam a sustentabilidade do negócio, o que passa logicamente pela lucratividade, tratada por Penrose (2006) que utiliza o termo empreendedorismo para referir-se ao processo de decisão de uma firma em analisar a lucratividade através da expansão ou de simplesmente continuar suas atividades correntes. “Esta é verdadeiramente a primeira decisão, e é provavelmente aqui que o espírito de empresa – ou um viés empresarial geral a favor do crescimento – adquire seu maior significado” (Penrose, 2006, p. 74).

Ainda sobre a manutenção do negócio em longo prazo, Hashimoto (2010) pontua a necessidade de o empreendedor possuir características que ampliem constantemente a sua visão. Entre estas estão: a inovação como um dos pressupostos fundamentais para transformar ideias em realidade, além de desenvolver a percepção do mercado, mantendo-o a frente dos seus concorrentes; o risco envolvido nos negócios deve fazer com que as alternativas da tomada de decisão sejam analisadas criteriosamente; e por fim a autonomia, para definir e decidir seus objetivos com uma base sólida que lhe permita identificar potenciais parceiros e novas oportunidades de negócios.

Características semelhantes do empreendedor já haviam sido trazidas por Hisrich, Peters e Shepherd (2009): iniciativa, organização e reorganização dos mecanismos sociais e econômicos e o aceite do risco ou fracasso, firmando ainda mais a importância deste perfil para iniciar e dar continuidade a um negócio próprio.

Fiorin, Mello e Machado (2010, p. 413), afirmam que “os empreendedores tentam criar valor e fazer uma contribuição quando reconhecem uma oportunidade, um mercado a ser explorado”. As autoras complementam que a criação de valor advém da inovação e da combinação dos recursos existentes. A inovação é fruto do perfil empreendedor e fundamental para os negócios, melhorando a eficiência, buscando a competitividade e reinventando as estratégias e os modelos de negócio. Desta forma estas transformações antes de tudo, dependem da motivação do empreendedor para que ocorram constantemente em seu negócio.

A respeito da abrangência e falta de clareza acerca do conceito de empreendedorismo, Costa *et al* (2011), analisando o desenvolvimento do termo, descrevem que apesar da falta de um conceito, existem três abordagens distintas, que de forma geral podem se considerar integrantes da configuração deste termo: a comportamental (relacionada ao perfil do empreendedor), a relacional (abordada como as competências/habilidades do empreendedor e a relação destas com a organização), e por último a abordagem econômica (relacionando o empreendedorismo com o fator econômico, através de processos de inovação e risco calculado).

Apesar de distintas, estas três abordagens se fundamentam sobre o ponto de vista de um mercado livre, produtor de riquezas e que necessita de indivíduos que saibam criar e aproveitar oportunidades, tornando o empreendedor peça fundamental do espírito capitalista.

3.2 O empreendedorismo no Brasil

Em relação ao cenário nacional, Dornelas (2001) salienta que somente a partir do período de 1990, com a abertura da economia e o surgimento de entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTEX), começou a se ter um maior incentivo à abertura de novos negócios, que

passaram a contar com apoios governamentais para fomentar a sua durabilidade e competitividade.

Outro ponto relevante, que fortaleceu a propagação do termo empreendedorismo, foram os altos índices de desemprego da época, que obrigaram as pessoas a visualizar oportunidades de negócios ou mesmo de montar empresas a partir da necessidade. De um lado tínhamos empreendedores atuando de maneira informal e de outro, inovações em negócios familiares, que já atuavam em há algumas décadas. (DORNELAS, 2001).

Atualmente, segundo a pesquisa “GEM – Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil 2012” a evolução de abertura de novos negócios e o papel deste no crescimento econômico no país é demonstrado pelo aumento da Taxa Total de Empreendedorismo (quase dez pontos percentuais comparando os períodos de 2002 – 20,9% com 2012 – 30,2%), e sua relação com o aumento do PIB neste período (4%), obtido em grande parte devido à expansão do mercado.

Outro fator que chama a atenção em relação à pesquisa são os “sonhos/ desejos” dos respondentes em tornarem-se donos do próprio negócio, aparecendo em terceiro lugar frente a outros itens escolhidos pelos respondentes da pesquisa (ficando atrás somente das preferências de viajar pelo país e do afamado sonho da casa própria).

Interessante observar que o desejo do próprio negócio (43,5%) superou com cerca de quase dezenove pontos percentuais, por exemplo, o desejo de se ter uma carreira em uma empresa (24,7%), o que podemos considerar um possível indicativo de mudança no atual modelo de mercado de trabalho.

Para Barros e Pereira (2008), o empreendedorismo pode ser mensurado pela atividade dos trabalhadores por conta-própria. Os autores ainda relacionam o surgimento de novas empresas com o desenvolvimento dos mercados com um todo, gerado a partir da competitividade:

“A ideia é que mais entradas ou ameaças de entrada no mercado levam a mais inovação e aumento de produtividade, não somente porque estes são resultados diretos de inovações de qualidade dos novos entrantes, mas também porque a ameaça de ser desalojadas por um potencial entrante dá às empresas estabelecidas um incentivo para inovar e impedir a entrada de concorrentes”. Barros e Pereira (2008, p. 983).

A partir das contribuições dos autores, percebe-se que o papel do empreendedor na sociedade é de construção, pois através de seu empreendimento cria oportunidades de geração de renda e melhoria na qualidade de vida das pessoas, através dos seus produtos e serviços. A circulação de renda permite melhorar a qualidade de vida das pessoas, pelo retorno à sociedade através do recolhimento de impostos que devem ser revertidos em saúde, educação, transporte, etc. O empreendedor cumpre uma etapa importante na manutenção desta dinâmica social.

Diante dessa constatação da importância social do empreendedorismo, qualquer governo deve dar atenção à questão e criar situações propícias para o desenvolvimento de novos negócios. A Lei do Microempreendedor Individual busca através da isenção de impostos federais e da desburocratização dos registros, incentivar a legalização de pequenos negócios informais.

3.3 MEI – Microempreendedor Individual

A Lei do Microempreendedor Individual, como é conhecida a Lei Complementar n.º 128/2008 instituiu uma diferenciação dos empresários que trabalham sozinhos ou com o

auxílio de no máximo um empregado das demais microempresas enquadradas no Simples Nacional.

Entre os principais benefícios que a Lei proporciona ao Microempreendedor Individual estão o acesso ao Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), a isenção de tributos federais e a desburocratização do processo. O objetivo maior da lei é incentivar a formalização de pequenos negócios que, em função dos custos e burocratização, trabalhavam de forma irregular. Até junho de 2013, mais de três milhões de microempreendedores se registraram em todo o país.

Para ter direito ao registro como MEI, o empresário individual deve enquadrar-se em algumas premissas: não ser sócio de outra empresa, não exceder uma receita bruta anual de 60 mil reais e possuir no máximo um empregado que receba até um salário mínimo ou piso salarial da categoria. Corseuil, Neri e Ulyseia (2013, p.32) afirmam que:

Claramente, as mudanças introduzidas na LC nº 128 influenciam diretamente as decisões de formalização daqueles que são empreendedores de pequeno porte. Não obstante, é provável que as mudanças introduzidas por essa política também tenham alterado a escolha ocupacional dos indivíduos (entre ser um microempreendedor ou um trabalhador com carteira, por exemplo), uma vez que os custos e benefícios esperados entre as diferentes opções foram alterados com a nova política.

É importante, porém, que essa nova modalidade empresarial não sirva apenas para criar estatísticas econômicas, legalizando uma parcela da economia que estava à margem dos números oficiais e tão pouco seja utilizada como meios de empresas desvencilharem-se de obrigações trabalhistas, contratando Microempreendedores Individuais. Ao proporcionar a legalização de pequenos empresários informais, o governo trabalha com o sonho do pequeno empreendedor e fornecer condições para que essas empresas sejam sustentáveis em longo prazo é fundamental.

4. Metodologia

O artigo caracteriza-se como um estudo de caráter descritivo. A pesquisa descritiva deve expor as características de um grupo ou fenômeno, podendo estabelecer relações entre variáveis. Vergara (2000) afirma que o estudo descritivo serve de base para explicação de fenômenos, embora esse não seja seu compromisso. Para Gil (1991, p. 46), esse tipo de pesquisa, “embora definidas como descritivas, a partir de seus objetivos, acabam servindo mais para proporcionar uma nova visão do problema”.

Para a elaboração do presente artigo foram utilizados dados secundários de duas fontes distintas. A principal delas, que traz informações a respeito dos registros de empresários como Microempreendedor Individual é o Portal do Empreendedor. No site <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/>, utilizado inclusive como ferramenta para registro dos microempreendedores, são disponibilizadas informações detalhadas e estatísticas a respeito dos registros desde o primeiro ano de vigência da lei. O site é mantido pela Redesim, como é conhecida a Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios, um sistema integrado que permite a abertura, fechamento, alteração e legalização de empresas em todas as Juntas Comerciais do Brasil. O órgão é administrado por um Comitê Gestor, formado por entidades do governo federal, estadual e municipal, responsáveis pelo processo de registro e legalização de empresários e sociedades empresariais. A presidência do Redesim é do Ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Desta fonte foram coletados, entre outros dados:

- Número de registros de Microempresários Individuais de julho de 2009 a junho de 2013 no Brasil e em Santa Catarina;
- Gênero, idade, código CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) e forma de atuação dos Microempresários Individuais registrados;
- Gênero, idade, código CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) e forma de atuação das Empresas Individuais, enquadradas no Simples Nacional que requisitaram sua alteração para Microempresário Individual.

A segunda fonte de dados utilizada na pesquisa foi a Junta Comercial do Estado de Santa Catarina (JUCESC) que também em seu site (<http://www.jucesc.sc.gov.br/>), disponibiliza as estatísticas de abertura (e natureza de constituição), fechamento e alterações de empresas no estado. Foram coletadas desta fonte de dados as quantidades mensais de registros de novas empresas em Santa Catarina de julho de 2009 a dezembro de 2012.

Os dados coletados em tabelas foram analisados descritivamente, buscando inicialmente identificar o perfil do Microempreendedor Individual catarinense e compará-lo às estatísticas nacionais. Posteriormente foram confrontados os números de registro de Microempreendedores Individuais com as aberturas de empresas de outra natureza no estado. A análise dos dados é exposta no item seguinte.

5. Análise dos Resultados

Desde 2009, ano em que se iniciou o registro do MEI, 3.125.417 formalizações foram realizadas em todo o Brasil. Em Santa Catarina, até o mês de junho de 2013, 105.429 empreendedores haviam realizado o seu registro de Microempreendedor Individual (MEI) no Portal do Empreendedor.

Para dimensionar a representatividade destes números, dados da Junta Comercial do Estado de Santa Catarina (JUCESC), apontam que no mesmo período (2009-2012) foram constituídas no estado 103.251 empresas somando-se Sociedades Anônimas, Empresas Limitadas, Cooperativas e Empresa Individual ou EIRELI. Ou seja, somadas todas as formas de constituição de empresas, o montante é menor que o de Microempreendedores Individuais regularizados no período.

Evidentemente, os dados não tratam em sua totalidade, de empresas novas já que o principal intuito da criação da Lei que regulamenta o Microempreendedor Individual é a legalização das atividades empresariais informais.

Destes empresários catarinenses, 54,19% (57.130) são do sexo masculino frente a 45,81% (48.299) do sexo feminino. Os dados pouco diferem da média nacional que é de 53,06% de homens e 46,94% mulheres. Os únicos dois estados em que o número de mulheres registradas no MEI, supera o de homens são Alagoas (51,00%) e Ceará (50,03%).

Em relação às atividades do MEI catarinense, analisando os dez tipos de atividades empresariais, de acordo com o código CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas), que apresentam o maior número de registros de Microempreendedores Individuais em Santa Catarina, observa-se uma concentração em cinco tipos de atividades, que perfazem 43,40% do total de registros realizados: o comércio varejista de vestuário, atividades ligadas à construção civil (obras, instalação elétrica, pintura), atividades ligadas à beleza (cabeleireiros e outros tratamentos estéticos), bares, lanchonetes e similares e confecção, conforme apresentado na tabela abaixo.

Tabela 3: Dez tipos de atividade mais comum entre os MEI de Santa Catarina

CNAE	Descrição do CNAE	Empresas Registradas	% do Total
4781400	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	10.798	10,24%
4399103	Obras de alvenaria	7.056	6,69%
9602501	Cabeleireiros	6.216	5,90%
5611202	Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas	4.912	4,66%
5611203	Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares	3.370	3,20%
4321500	Instalação e manutenção elétrica	3.122	2,96%
9602502	Outras atividades de tratamento de beleza	3.105	2,95%
4330404	Serviços de pintura de edifícios em geral	2.852	2,71%
1412601	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas e as confeccionadas sob medida	2.239	2,12%
1412603	Facção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	2.075	1,97%
Total:		45.745	43,40%

Fonte: Elaborado pelos autores

Comparando esses dados às estatísticas nacionais, uma diferença observável é a diminuição da representatividade das atividades de confecção e facção em nível nacional. No estado, as duas atividades ocupam o nono e o décimo lugar entre as mais incidentes, com um total de 4.314 empresas registradas, 4,09% do total estadual. Já em nível nacional, essas atividades ocupam, respectivamente, o vigésimo primeiro e quadragésimo oitavo lugar e representam apenas 1,62% do total de Microempreendedores Individuais registrados. Podemos associar essa divergência ao fato do estado de Santa Catarina ser um forte polo da indústria têxtil e do vestuário em nível nacional. Dados da Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina (FIESC) apontam que o segmento do vestuário representa 13,10% do faturamento da indústria catarinense. Outro fato que pode ser observado na tabela abaixo é a menor concentração percentual entre os dez segmentos com o maior número de registros de empresas nas estatísticas nacionais (38,05%) do que em Santa Catarina (43,40%).

Tabela 4: Dez tipos de atividade mais comum entre os MEI do Brasil

CNAE	Descrição do CNAE	Empresas Registradas	% do Total
4781400	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	336.699	10,77%
9602501	Cabeleireiros	227.190	7,27%
4399103	Obras de alvenaria	105.812	3,39%
5611203	Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares	93.124	2,98%
4712100	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	87.931	2,81%
9602502	Outras atividades de tratamento de beleza	82.594	2,64%
5611202	Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas	78.197	2,50%
4321500	Instalação e manutenção elétrica	60.969	1,95%
5620104	Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar	60.059	1,92%
4772500	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	57.005	1,82%
Total:		1.189.580	38,05%

Fonte: Elaborado pelos autores

Realizando uma separação dos dez tipos de atividades empresariais mais comuns entre homens e mulheres Microempreendedores individuais em Santa Catarina, temos a tabela abaixo:

Tabela 5: Dez atividades mais comum entre os MEI de Santa Catarina para homens e mulheres

Pos.	Masculino	Feminino
1	Obras de alvenaria	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios
2	Instalação e manutenção elétrica	Cabeleireiros
3	Serviços de pintura de edifícios em geral	Outras atividades de tratamento de beleza
4	Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas	Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas
5	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas e as confeccionadas sob medida
6	Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares	Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares
7	Cabeleireiros	Facção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas
8	Serviços de lavagem, lubrificação e polimento de veículos automotores	Confecção, sob medida, de peças do vestuário, exceto roupas íntimas
9	Reparação e manutenção de computadores e de equipamentos periféricos	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns
10	Serviços de manutenção e reparação mecânica de veículos automotores	Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar

Fonte: Elaborado pelos autores

A tabela demonstra uma clara diferença entre as atividades empresariais exercidas por homens e mulheres, tanto que dos dez tipos de empresas listadas, apenas quatro se repetem para ambos os sexos. Na coluna dos Microempreendedores masculinos, observa-se uma maior incidência de empresas relacionadas à manutenção de veículos, computadores e elétrica, além de obras de alvenaria. Já na coluna feminina, observa-se a forte incidência da confecção e facção, além do comércio varejista de mercadorias em geral e o fornecimento de alimentos preparados.

A faixa etária com maior número de Microempreendedores Individuais registrados em Santa Catarina é a dos 31 aos 40 anos, com 33.799 empresários (32,06%). Posteriormente, as faixas mais representativas são dos 21 aos 30 anos (28,42%) e dos 41 aos 50 anos (22,20%). As demais faixas etárias somadas representam apenas 17,32% do total de empresários, embora caiba ressaltar a existência de 58 microempreendedores entre 16 e 17 anos e 583 acima dos 70 anos de idade.

Outra informação disponibilizada nas estatísticas do Portal do Microempreendedor é a forma de atuação das empresas registradas. Dos 105.429 Microempreendedores Individuais catarinenses, 58,30% atuam com estabelecimento fixo para atendimento ao público. É expressivo o percentual de empresários que atuam com vendas porta a porta ou de forma ambulante (22,22%). A atuação exclusivamente através da Internet ainda possui uma baixa representatividade, com 6,52% das empresas. As demais formas de atuação listadas (em local fixo sem loja, televendas, correios e máquinas automáticas) somadas, representam os 12,96% das empresas restantes.

A pesquisa ainda buscou identificar o ramo de atuação das empresas constituídas como Empresa Individual, enquadradas no Simples Nacional e que fizeram a opção para migração para o Microempreendedor Individual, possibilidade concedida às empresas que se

enquadrem nas faixas de faturamento e demais exigências do programa MEI. Das 2.590 empresas que fizeram a migração para o Microempreendedor Individual em Santa Catarina, os dez ramos de atuação de acordo com o CNAE mais incidentes na lista foram:

Tabela 6: Dez tipos de atividade mais comum entre os Empresários Individuais enquadrados no Simples Nacional que solicitaram alteração para MEI

CNAE	Descrição CNAE	Total Optantes	% do Total
5611203	Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares	289	11,16%
4781400	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	285	11,00%
5611202	Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas	222	8,57%
4712100	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	177	6,83%
4723700	Comércio varejista de bebidas	74	2,86%
4520001	Serviços de manutenção e reparação mecânica de veículos automotores	63	2,43%
4530703	Comércio a varejo de peças e acessórios novos para veículos automotores	50	1,93%
4789099	Comércio varejista de outros produtos não especificados anteriormente	45	1,74%
9602501	Cabeleireiros	44	1,70%
1412601	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas e as confeccionadas sob medida	21	1,58%
Total		1290	49,80%

Fonte: Elaborado pelos autores

As 1290 empresas da tabela acima representam 49,80% das empresas já constituídas que optaram pela migração para o MEI ao final de um exercício contábil. Observa-se uma grande incidência de empresas do comércio varejista, seja de alimentos (minimercados, mercearias e armazéns), vestuário ou bebidas e lanches. Essas empresas, de pequeno porte, que buscam com a migração para o MEI, uma forma menos onerosa de manterem-se legalizadas.

Com relação à faixa etária dos empresários que fizeram tal opção, embora os que possuam de 61 a 70 anos e mais de 70 anos representem apenas 3,54% do total de microempreendedores individuais de Santa Catarina, a representatividade deste grupo entre as empresas que solicitaram o enquadramento no Microempreendedor Individual é de 12,36%, fato que é observado também nas estatísticas nacionais, conforme representado na tabela abaixo:

Tabela 7: Faixa Etária dos Empresários Individuais enquadrados no Simples que solicitaram alteração para MEI – Brasil x Santa Catarina.

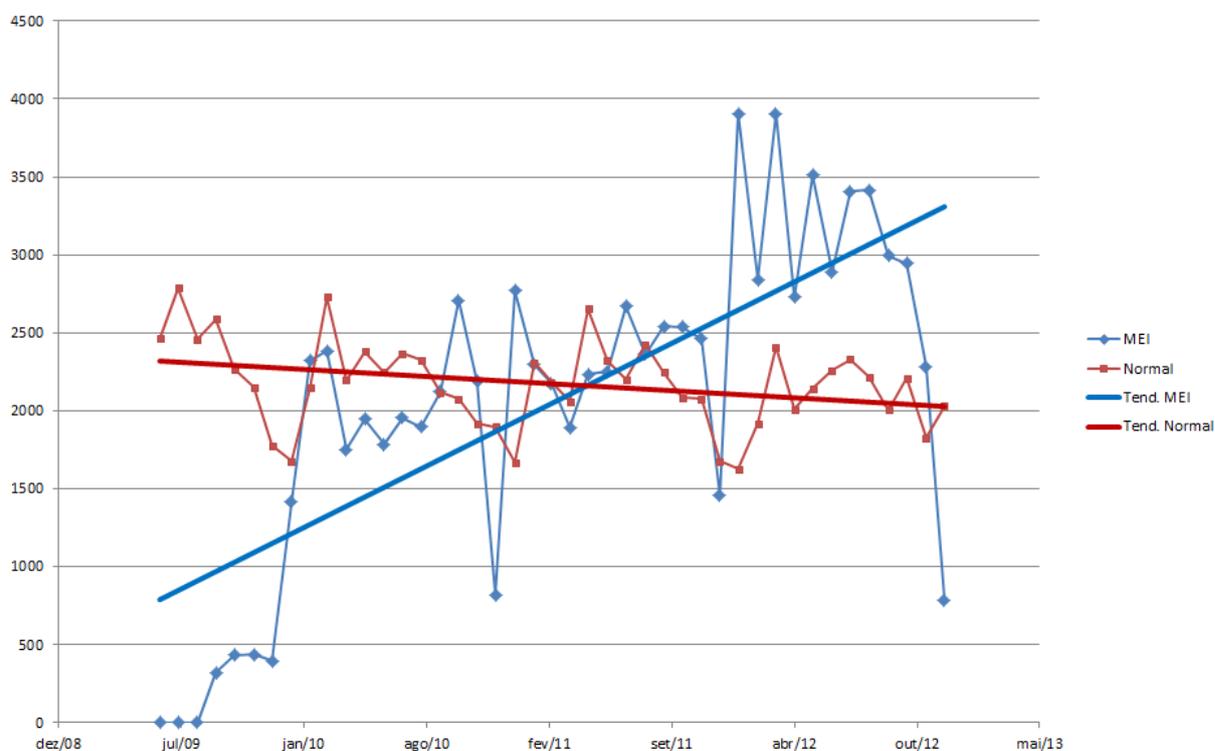
Faixa Etária	Brasil			Santa Catarina		
	Nº de Reenquadramentos	% Reenquadramentos	% de Empresários na Faixa Etária	Nº de Reenquadramentos	% Reenquadramentos	% de Empresários na Faixa Etária
16-17	1	0,00%	0,03%	0	0,00%	0,06%
18-20	120	0,20%	1,86%	9	0,35%	2,30%
21-30	6616	10,98%	25,51%	313	12,08%	28,42%
31-40	15219	25,27%	32,73%	656	25,33%	32,06%
41-50	17767	29,50%	23,58%	745	28,76%	22,20%
51-60	13124	21,79%	12,60%	547	21,12%	11,43%
61-70	5468	9,08%	3,09%	242	9,34%	2,98%
Acima de 70	1917	3,18%	0,60%	78	3,01%	0,55%
Total	60232			2590		

Fonte: Elaborado pelos autores

Trezentas e dezenove das 2.582 empresas catarinenses que solicitaram tal alteração têm proprietários com mais de 61 anos. Entre as hipóteses de explicação para tal fenômeno, cabe-se estudar se a idade avançada reduz o ímpeto do empreendedor e reflete na escolha por uma forma de tributação menos onerosa e para um tipo de empresa menor, com limitações de crescimento.

Por fim, buscou-se realizar uma análise longitudinal com o intuito de comparar a evolução dos registros de empresas através do Microempreendedor Individual, confrontado com o número de empresas registradas nos métodos tradicionais. Os dados de registro de Microempreendedores Individuais foram obtidos nas estatísticas disponibilizadas no Portal do Empreendedor. Já os dados de constituição dos demais tipos de empresas foram coletados no site da Junta Comercial do Estado de Santa Catarina (JUCESC) que disponibiliza as estatísticas de constituição de empresas no estado. Os resultados são expressos no gráfico abaixo, que demonstra uma nítida evolução da abertura de firmas regulamentadas como Microempreendedor Individual, com tendência linear de crescimento.

Gráfico 1: Evolução dos registros de MEI e de outras formas de empresas



Fonte: Elaborado pelos autores

Sabe-se que as regularizações não se referem apenas a novas empresas, mas contempla também a formalização de empresas que já atuavam de forma irregular e beneficiaram-se das facilidades da Lei do Microempreendedor Individual para a formalização. Por outro lado, o número de constituição de empresas como Sociedade Limitada, Sociedade Anônima, Cooperativas ou Firms Individuais, apresentou decréscimo nos quarenta e três meses analisados, entre julho de 2009 e dezembro de 2012, com uma linha de tendência de redução.

6. Conclusões

O artigo buscou inicialmente traçar um perfil dos empresários registrados como Microempreendedor Individual em Santa Catarina de 2009 a 2013. O resultado demonstra uma pequena maioria do sexo masculino, com 54,19% dos registros ante 45,81% do sexo feminino. Com relação à faixa etária, 82,68% dos Microempreendedores Individuais catarinenses tem entre 21 e 50 anos, dados que diferem muito pouco das estatísticas nacionais. Como ramos de atuação mais incidentes, percebe-se uma diferença entre os CNAE (Código Nacional de Atividade Empresarial) de empresários masculinos e femininos. Dos dez CNAE de maior frequência observados entre os empresários homens, apenas quatro se repetem entre as mulheres: Bares, Lanchonetes, Comércio de Vestuário e Cabeleireiro. As demais atividades frequentes entre os homens estão ligadas à construção civil (obras de alvenaria, pintura, manutenção elétrica e hidráulica) e a manutenção de veículos. Já entre as mulheres, as atividades mais comuns, além daquelas que coincidem com os homens, são tratamentos de beleza, facção, confecção e comércio de alimentos (em mercearias ou prontos para consumo). Analisados conjuntamente os ramos de atividades de homens e mulheres em Santa Catarina e comparados aos dados de todo o Brasil, observa-se em Santa Catarina uma representatividade muito maior de atividades ligadas à indústria têxtil, como confecção de roupas, peças íntimas, facção e análogas.

Com relação à forma de atuação, 58,30% dos Microempreendedores Individuais catarinenses atuam com estabelecimento fixo para atendimento ao público. Notou-se a expressividade do percentual de empresários que atuam com vendas porta a porta ou de forma ambulante, com 22,22% do total.

Também era objetivo do estudo, analisar o perfil dos Empresários Individuais (ME) que alteraram seu registro para Microempreendedor Individual (MEI). O perfil destes é muito semelhante ao empresário que se registra diretamente como Microempreendedor Individual. Vale apenas ressaltar que 12,35% dos empresários que fizeram tal opção de alteração possuem mais de 61 anos, sendo que essa faixa etária representa apenas 3,69% dos registros de Microempreendedores Individuais, fato que é também observado nas estatísticas nacionais. Frente essa distorção, cabe estudar se a idade avançada reduz o ímpeto do empreendedor, o que reflete na escolha por uma forma de tributação menos onerosa adequada para um tipo de empresa menor, com limitações de crescimento em termos de faturamento.

Conhecer o perfil do Microempreendedor Individual atuante no estado de Santa Catarina facilita futuros estudos que podem aprofundar a análise das motivações destes empreendedores: se estes abrem seus negócios por oportunidade ou por necessidade (DORNELAS, 2001); se já atuavam de forma irregular e aproveitaram a oportunidade gerada pela lei do Microempreendedor Individual para formalizar a sua situação ou se são novos negócios (CORSEUIL, NERI E ULYSSEA, 2013). Cabe também, estudar a forma com que tais profissionais administram suas empresas a partir da formalização, reforçando Schumpeter (1949) que diminui o fator sorte e reforça a importância da “capacidade empresarial”. Tais estudos podem identificar se a regularização das atividades trouxe benefícios a esses empresários.

Por fim, buscou-se confrontar os dados de aberturas de empresas em Santa Catarina, desde o advento da Lei Complementar n.º 128 com a evolução dos registros de Microempreendedores Individuais. Os dados demonstram um grande crescimento dos registros de MEI que inclusive superaram os de abertura de outros tipos de empresas que por sua vez apresentam redução. Futuros estudos podem aprofundar-se na existência de relação entre o crescimento de novos MEI e a diminuição de constituição de empresas de outra natureza e avaliar os reflexos disto

para a economia bem como para a arrecadação tributária, visto que o MEI possui isenção de uma série de impostos que as empresas de outras naturezas recolhem. Como salientam Barros e Pereira (2008), a abertura de novas empresas faz com que os segmentos se desenvolvam como um todo, já que em função dos novos entrantes que trazem inovações e o consequente aumento da concorrência, as empresas já atuantes no mercado precisam se reinventar. A regularização de 105.429 empresas em Santa Catarina que talvez não se formalizassem sem os benefícios da Lei do Microempreendedor agrega à economia e ao desenvolvimento do empreendedorismo local (CORSEUIL, NERI E ULYSSEA, 2013).

Cabe também ressaltar as limitações do presente estudo. Em função dos dados serem disponibilizados em tabelas, perde-se a possibilidade de tratamento dos dados em softwares estatísticos a fim de buscar correlações entre variáveis e enriquecer as análises.

REFERÊNCIAS

BARROS, A.A.; PEREIRA, C.M.M.A. Empreendedorismo e Crescimento Econômico: uma Análise Empírica. RAC, Curitiba, v. 12, n. 4, p. 975-993, Out./Dez. 2008.

CORSEUIL, C.H.; NERI, M.C.; ULYSSEAM, G.L. Uma análise exploratória dos efeitos da política de formalização dos microempreendedores individuais. Mercado de trabalho: conjuntura e análise / Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada; Ministério do Trabalho e Emprego. Brasília, ano 18, v. 54, fevereiro/2013.

COSTA, A.M.; BARROS, D.F.; CARVALHO, J.L.F. A Dimensão Histórica dos Discursos acerca do Empreendedor e do Empreendedorismo. RAC, Curitiba, v. 15, n.2, art.1, pp. 179 – 197 Mar./ Abr. 2011.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 4ª tiragem. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DRUCKER, P. F. O Melhor de Peter Drucker: A Administração. Coleção Exame – Editora Nobel, Brasil, 2001.

DRUCKER, P. F. Inovação e Espírito Empreendedor – Práticas e Princípios; São Paulo, editora CENGAGE Learning, 2010.

FIESC. Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina. Disponível em: <<http://www.fiesc.com.br/>>. Acesso em 20 de julho de 2013.

FIORIN, M.M.B.; MELLO, C.M.; MACHADO, H.V. Empreendedorismo e Inovação: análise dos índices de inovação dos empreendimentos brasileiros com base nos relatórios do GEM de 2006, 2007 e 2008. Rev. Adm. UFSM, Santa Maria, v. 3, n. 3, p. 411-423, set./dez. 2010.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo. 2012.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

HAMEL, G.; PRAHALAD, C.K. Competindo pelo futuro. Estratégias inovadoras para obter o controle do seu setor e criar as mercados de amanhã. 4ª reimpressão. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

HASHIMOTO, M. Espírito empreendedor nas organizações: aumentando a competitividade através do Intraempreendedorismo. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. Empreendedorismo. 7ª Ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

JUCESC. Junta Comercial do Estado de Santa Catarina. Disponível em: <<http://www.jucesc.sc.gov.br/>>. Acesso em 03 de junho de 2013.

MORRIS, M. H.; LEWIS, P. S.; SEXTON, D. L. Reconceptualizing entrepreneurship: an input output perspective. SAM Advanced Management Journal, v.59, n.1, p.21-31, 1994.

PENROSE, E. A teoria do crescimento da firma. Campinas: Ed. UNICAMP, 2006.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. Rede Sim. Disponível em:

<<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/>> Acesso em 03 de junho de 2013.

SAY, J.B. Traité d'Économie politique ou simple exposition de la manière dont se forment, se distribuent et se consomment les richesses. 1803. Institut Coppet, Paris. Dec/2011.

SCHUMPETER, J. The Instability of Capitalism. The Economic Journal, Vol. 38, No. 151 (Sep., 1928), pp. 361-386.

SCHUMPETER, J. Economic theory and entrepreneurial history. Change and the Entrepreneur: Postulates and Patterns of Entrepreneurial History, Cambridge-Mass: Harvard University Press, 1949. p. 63-84.

VERGARA, S. C. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.